مبادئ علم الاتصال
ونظريات التأثير

دكتور
محمود حسن إسماعيل

حقوق النشر

الطبعة الأولى ٢٠٠٣

رقم الإيداع

١٥٧٤٢

الدار العالمية للنشر والتوزيع

Publisher & Distributor

١١٧ شارع الملك فيصل – الهرم

تليفون : ٧٤٤٦٤٣٨ فاكس : ٧٤٤٦٣٢٤

ص.ب : ٢٦٢ الأهرام ج.م.ع

e-mail : daralaalmiya@hotmail.com

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ○ خَلَقَ الْإِنسَانَ مِنْ عَلَقٍ ○ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ○ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ○ عَلَّمَ الْإِنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴾

(العلق : ١-٥)



إهداء

إلى زوجتى .. د./ أمل حسونة

إتصال وتواصل إلى الأبد

إلى إبنتى .. أميرة ، وابنى .. مصطفى

أملاً فى أن يؤثرا فى وسائل الإتصال أكثر من تأثرهما بهما ، وأن يتعايشا مع تلك الوسائل فى ظروف أفضل مما نحن عليه الآن

محتوى الكتاب

مقدمة

قرن ينقضى من عمر البشرية .. القرن العشرون .. ولكنه سيترك علامة كبيرة فى تاريخ الإنسانية ، وسيشار إليه بأصابع كثيرة ، فهو أميز القرون ، وأحفلها بكثير من الأمور ، التى أثرت تأثيراً عظيماً فى حياة الإنسان ، سيشار إليه على أنه قرن التغيرات السريعة والتطورات المتلاحقة ، قرن المخترعات والاكتشافات ، قرن الحروب والثورات ، قرن التغيرات البيئية والجغرافية والمناخية الحادة ، قرن الفضائيات والأقمار الصناعية ، قرن الثورات العلمية ، قرن المعلومات .. وأيضاً قرن الإتصال ووسائله .

نعم لقد عاش الإنسان فى القرن العشرين عصراً شهد البدايات الحقيقية لظهور وسائل الإتصال ، وتطورت خلاله تلك الوسائل تطوراً مذهلاً متسارعاً ، طورها الإنسان ، وطورت هى حياة الإنسان ، أثر فيها وأثرت فيه ، حتى أصبح لا غنى للإنسان عنها ، رفعها الإنسان إلى مرتبة عالية تحتل الصدارة فى سلم إهتماماته واحتياجاته .

فعل الإنسان بوسائل الإتصال الكثير ، وفعلت به ما هو أكثر ، أخذت بيده من التقليدية إلى العصرية ، شكلت وجدانه ، وقيمه ، وأفكاره ، أحتضنها الإنسان فأعطته الكثير من الدفء والعاطفة ، عوضته عن غياب الأسرة ، وضعف المناهج الدراسية ، وقلة الأصدقاء ، وغدر المؤسسات المحلية والعالمية .

وفى الربع الأخير من القرن العشرين أفرط الإنسان فى استخدام وسائل الإتصال بصورة وصلت إلى حد الإدمان ، وتبع هذا الإفراط سوء استخدام ، وتوظيف فى غير محله ، فظهر الكثير الذين يهاجمون تلك الوسائل ، وما لها من ذنب سوانا ، فنحن الذين جعلناها السيد ونحن التابعين لها ، نحن الذين تركنا جهاز التحكم فى يدها "الريموت كنترول" وتنازلنا لها طيعين عن إمساكه ، سلبية وتكاسلاً وضعفاً وهروباً .

نحن الذين عظمناها ، حتى وصل هذا التعظيم فى الغرب أحياناً إلى حد التأليه ، فقد شبه "ماكلوهان" المحيط الذى تنتشر فيه وسائل الإتصال بالتعريف التقليدى للإله (فى المعتقدات الغربية) بأن "مركز وجوده فى كل مكان وحدوده

ليس لها مكان" ، ولكن هذا التشبيه نابع من بيئة مادية ، ضعيفة المعتقدات .

كل هذا أستوجب ظهور علم جديد فى منظومة العلوم الإنسانية هو علم "الإتصال" تبلورت ملامحه ورسخت نظرياته مع بداية الستينيات من القرن العشرين ، ووصل الآن إلى درجة كبيرة من التنظير والثبات .

ولأنه علم حديث ، ويتصل بأمور متغيرة دائماً ، ويدخل ضمن إهتمامات علوم أخرى كثيرة ، لأنه هكذا ، اختلفت فى موضوعاته تبعاً لاختلاف وتعدد وجهات النظر ، وتباينت فيه الآراء ، وكثرت فى مسائله الاجتهادات .

ويأتى هذا الكتاب اجتهاداً منا فى هذا المجال ، نرجو أن يحسب لنا لا علينا ، اجتهاد قائم على نتائج الاجتهادات السابقة ونابع من استيعاب لكل أبعاد علم الإتصال وجوانبه ، اجتهاد ينطلق من إيمان بأهمية هذا العلم وبضرورة أنه قد حان الوقت لنتفق جميعاً على ملامحه الأساسية وقواعده الثابتة ، لنضعه بأيدينا نحن مريدون هذا العلم فى مصاف وبجوار العلوم الأخرى علماً مميزاً مستقلاً له هويته وذاتيته .

وعلى ذلك جاء هذا الكتاب مختلفاً ولا يختلف ، مختلفاً عما سبقه فى أمور كثيرة ، أهمها الميل إلى التحديد الدقيق للأمور التى تحتمل أكثر من وجهة نظر ، وأيضاً فى تفرقته بين أمور كثيرة ننظر إليها على أنها متشابهات رغم ما تحمله من اختلافات واضحة ، وأدى هذا الخلط إلى وجود كثير من المفاهيم الخاطئة ، ومن هذا المنطلق حرص الكتاب .. على أن يفرق بين الأهداف والوظائف الخاصة بالإتصال ، بين التأثير ورجع الصدى ، بين النظرية والنموذج ، وغيرها .

ولكنه فى الوقت نفسه لا يختلف مع ما سبقه من مؤلفات فى علم الإتصال ، فى الأمور التى رسخت وأثبتت التجارب صحتها وأصبحت من المسلمات ، والاختلاف والإتفاق يدور فى إطار احترام وجهات النظر ، وحفظ الفضل لمن سبقنا من أساتذتنا الكبار ، فنحن شباب البحاث أولاً وأخيراً نتاج لمحاولات هؤلاء الأساتذة إيجاد جيل من الباحثين يواصل الطريق معهم ومن بعدهم .

وقد حاولنا أن يكون هذا الكتاب جامعاً لمعظم مجالات وموضوعات علم الإتصال ، بأسلوب أقرب إلى الإيجاز منه إلى الإسهاب ، ليصلح ما به من مادة كخلفية أساسية لدارس

علـوم الإتصـــال ، ومنطلـق لدراسـة فـروع علـم الإتصـــال التخصصية ، وليجـد فيـه القـارئ غير المتخصـص مـا يشـبع حاجته إلى التعرف على هذا العلم ، وما يجيب على تساؤلاته الخاصة بعلم الإتصال .

والله من وراء القصد ، وهو يهدى إلى سواء السبيل .

المؤلف

د . / محمود حسن إسماعيل

القاهرة : نوفمبر ١٩٩٨

الفصل الأول

مفهوم الإتصال

* أهمية الإتصال
* الإتصال والإعلام
* إتصال وتواصل
* الإتصال كعلم
* الإتصال البيولوجى

الفصل الأول
مفهوم الإتصال

أهمية الإتصال :

يطلق على العصر الحالى الكثير من المسميات ، منها عصر الإتصال ، وأصبح العالم الآن يعيش ثورة حقيقية فى مجال الإتصالات ، مهدت لها الثورة التكنولوجية التى تبلورت معالمها واتضحت فى منتصف القرن العشرين .

ويمثل الإتصال لب العلاقات الإجتماعية ، وبقدر نجاح الفرد فى الإتصال مع الآخرين بقدر نجاحه فى الحياة ، حيث ينعكس ذلك على صحته النفسية والإجتماعية .. وبقدر نجاح الأمم فى تواصلها مع ماضيها بتراثه وثقافته وفى الإتصال مع الأمم الأخرى ، بقدر نجاحها فى البقاء والاستمرارية والتطور .

وللإتصال مراحل مترتبة على بعضها ، ونجاح الفرد فى اجتياز مرحلة يؤهله للنهوض بالمرحلة التالية لها ، حتى يصل الفرد إلى أعلى مراتب الإتصال وهى الإتصال الجماهيرى ، وحتى يكون الفرد قادراً على الإتصال مع

شخص آخر لابد أن يكون قادراً أولاً على الإتصال مع ذاته ، فالإتصال الذاتى أولى مراحل الإتصال ، ويرتبط بالبناء المعرفى والإدراكى للفرد وخصائصه النفسية الأخرى ، وقدرة الفرد على الإتصال الشخصى تؤهله للإتصال بمجموعة من الأفراد وهو ما نطلق عليه الإتصال الجمعى وهو المرحلة التى تسبق الإتصال الجماهيرى .

فالإتصال عملية أساسية لأن المجتمع يقوم على مقدرة الإنسان على نقل نواياه ومشاعره ومعلوماته وخبراته من فرد إلى فرد ، والإتصال هام لأن المقدرة على الإتصال مع الآخرين تزيد من فرص الفرد فى البقاء ، فى حين أن عدم القدرة على الإتصال تعتبر نقصاً خطيراً فى التفكير أو فى المشاعر[1] .

وعن طريق الإتصال يستطيع الإنسان أن يشبع حاجاته المختلفة الجسمية والنفسية والإجتماعية ، ولذلك فالإتصال قديم قدم الإنسان ، فمنذ وجود الإنسان على هذه الأرض وهو

---

(١) جيهان رشتى ، "الإعلام ونظرياته فى العصر الحديث" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧١ ، ص٤٤ .

يستخدم الإتصال بالمفهوم والكيفية التى تتناسب وحضارته واحتياجاته ، فكلما تقدمت الحضارة ، وكلما ازدادت احتياجات الإنسان ، كلما ازداد استخدامه للإتصال .

ويمثل الإتصال صميم العلاقات الإجتماعية ، فطبيعة البشر إقامة علاقات مستمرة فيما بينهم ، وطبيعة شبكات الإتصال التى تنشأ فيما بينهم وما تتخذه من أشكال وتبلغه من فعالية ، تحدد بدرجة كبيرة فرص التقارب فيما بين أفراد المجتمع وفرص اندماجهم فيه ، كما تقدر إمكانيات الحد من التوتر أو حل النزعات أينما ظهرت[1] .

ولقد بدأت عملية الإتصال باستخدام الإشارات ودقات الطبول والنيران والرقص كلغة مشتركة للتفاهم بين الناس ، ثم تطورت العملية الإتصالية لتستخدم الكلمة المنطوقة فالمكتوبة ، ثم تطورت أكثر لتصل إلى استخدام الوسائل التكنولوجية الأكثر تعقيداً وهى وسائل الإتصال الجماهيرى .

---

(١) أصوات متعددة وعالم واحد (الإتصال والمجتمع اليوم) ، اليونسكو : الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، الجزائر ، ١٩٨١ ، ص١١ .

الإتصال والإعلام :

يخلط الكثيرون بين الإتصال والإعلام ، رغم أن كلاهما يختلف عن الآخر ، وإن اتفقا فى أمور كثيرة .

فمفهوم الإتصال أوسع وأشمل من مفهوم الإعلام ، ويقع الإعلام فى إطار دائر ة الإتصال ، فللإتصال أشكال كثيرة يأتى الإعلام كشكل من تلك الأشكال ، وإن كان أكثرها أهمية وتطوراً .

والإعلام مثل الإتصال نشأ كحاجة إنسانية تطورت مع الوقت فانتقلت من علم فردى إلى مؤسسة متخصصة .. والإعلام ملاصق للإتصال وتابع له ، وهو يتطور ويتوسع كلما تطورت وتوسعت البُنى التحتية للإتصال فى المجتمع ، ومع ذلك فهما ليسا صنوان أو موحدى المفهوم كما يتبادر إلى الأذهان(١) .

---

(١) اسكندر الديك ومحمد مصطفى الأسعد ، "دور الإتصال والإعلام فى التنمية الشاملة" ، بيروت : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، ١٩٩٣ ، ص٦٣ .

وفى الحقيقة فإن الإعلام هو ذلك الجوهر الذى يحويه الإتصال والذى يستخلصه القارئ أو المستمع أو المشاهد ، والذى استطاع الصحفى أن يوصله إلى الجمهور ، ويمكن تسمية الجوهر الذى يحويه الإتصال بـ "الإعلام الكامن" أو "الفعال" الذى يعنى الإعلام الحقيقى[1] .

وفى كثير من الكتابات نجد المفهومين يستخدمان غالباً للدلالة على شئ واحد ، فيقال - مثلاً - وسائل الإعلام ومرة وسائل الإتصال ، ونحن لا نريد أن نضع خطوطاً فاصلة بين المفهومين ، لأن ذلك من الصعوبة بمكان نظراً لأمور عديدة أهمها ارتباط المفهومين بالعملية الإجتماعية .

إلا أننا حينما نتحدث عن "العلم" فلابد لنا من التفرقة بين المفهومين لأن لكل منهما أسسه العلمية الخاصة ، وهو ما أخذ به كل من د. إبراهيم إمام ، ود. محمد سيد محمد فى تعريفهما لعلم الإعلام .

---

(١) بروخوف ، أ.ب. ، "الصحافة الاشتراكية" ، ترجمة : أديب خضور ، بيروت : دار ابن خلدون ، ١٩٨٦ ، ص١٢ .

فقد عرّف "إبراهيم إمام" علم الإعلام بأنه العلم الذى يدرس الظاهرة الإجتماعية المتمثلة فى إتصال الجماهير بعضها ببعض ، والتى لا يمكن أن تعيش بدونها أية جماعة إنسانية أو منظمة إجتماعية ، بشرط أن تكون دراسة تلك الظاهرة دراسة منظمة ، تعتمد على المنهج التجريبى ، وتقوم على تكوين الفروض والملاحظات وإجراء التجارب والقياس[1] .

ورغم وجاهة هذا التعريف ، والذى ركز على عملية التفاعل الاجتماعى التى تحدث أثناء عملية الإعلام ، إلا أنه حصر المنهج المستخدم فى دراسة هذا العلم على المنهج التجريبى ، والذى رغم أهميته لا يمكن أن يقدم لنا وحده نتائج تكفى لبناء نظريات إعلامية ، ولكن من الضرورى أن يكون هناك تكامل بين أكثر من منهج للتوصل إلى ذلك .

فى حين عرّف "محمد سيد محمد" علم الإعلام بأنه العلم الذى يدرس إتصال الإنسان إتصالاً واسعاً – بأبناء

(١) إبراهيم إمام ، "الإعلام والإتصال بالجماهير" ، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٦٩ ، ص ٣٥ .

جنسه – إتصال وعى وإدراك ، وما يترتب على عملية الإتصال هذه من أثر ورد فعل ، وما يرتبط بهذا الإتصال من ظروف زمنية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك[١] .

ويشير هذا التعريف إلى أن الظاهرة الإعلامية هى جزء من ظاهرة الإتصال ، وركز على الأثر وردود الفعل ، والظروف المختلفة التى تتم فيها هذه العملية .

ويدخل د. "سمير حسين" الإعلام ضمن أنشطة عملية الإتصال ، حيث يقول[٢] : إن الإتصال يمثل العملية الرئيسية التى يمكن أن تنطوى بداخلها عمليات فرعية أو أوجه نشاط متنوعة قد تختلف من حيث أهدافها ، ولكنها تتفق جميعاً فيما بينها فى أنها عمليات إتصال بالجماهير ، ومن هذه العمليات الإعلام ، والدعاية ، والعلاقات العامة ، والإعلان .

---

(١) محمد سيد محمد ، "المسئولية الإعلامية فى الإسلام" ، القاهرة : مكتبة الخانجى ، ١٩٨٣ ، ص٢٨ .

(٢) سمير محمد حسين ، "الإعلام والإتصال بالجماهير والرأى العام" ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٤ ، ص٢١ .

ويرى البعض أن الإتصال هو الظاهرة النفسية الإجتماعية العامة ، وأن الإعلام أسلوب من أساليب تلك الظاهرة ، والذى يهتم بالإخبار الموضوعى والصادق بالحوادث والمعلومات على مستوى الجماهير الغفيرة ، ولغرض الأخبار أو التثقيف أو التعليم والتنشئة أو الترفيه أو لهذه الأغراض مجتمعة .. فالإعلام إذن نشاط إتصالى بالجماهير العريضة[1] .

والواقع أن مبدأ الفصل - المادى - بين مفهوم الإتصال ومفهوم الإعلام هو المبدأ الذى ساد فى الغرب خاصة فى بداية العشرينيات ، وقبل أن تظهر وسائل الإتصال الجماهيرية بصورة واسعة ، والتى ساعد ظهورها وانتشارها بصورة سريعة على عملية الخلط فيما بعد .

والمتابع للكتابات الإعلامية الغربية الأولى يجد اختلافاً واضحاً بين تعريفات "الإعلام" وتعريفات "الإتصال" ، على الأقل حين النظر إليهما "كعلم" .

---

(١) علية حسين ، "الإعلام والتنمية" ، الكويت : مجلة عالم الفكر ، (المجلد السابع عشر - العدد الثالث) ، أكتوبر - ديسمبر ١٩٨٦ ، ص٧٩ .

ويــرى "ولبورشــرام" أن الإتصـــال Communication يعنى تبادل الأفكار والمعلومات من فرد إلى آخر أو جماعــة ، فمادته المعلومات والأفكار وأدواته اللغة والكلمات ، والإعــلام Information يعنى نشر هذه الأفكار ، فالإعلام يعتمـد أساسـاً على الإتصال ، فإذا لم يحدث إتصال لا يكـون هنـاك إعـلام ، فالإتصـال والإعـلام وجهـان لعملـة واحـدة والاختـلاف بينهمـا يكون في العناصر المكونة لكل منهما .

ويلخص د. "محمود عبدالرؤوف كـامل" أسـباب الخلـط بين مفهومى الإتصال والإعلام فيما يلى[1] :

— ارتباط وسائل الإتصال الجماهيرية فى نشـأتها المبكـرة بنشر الأخبار ، أى الإعـلام ، وبأنهـا كـانت ومـا تـزال وسيلة هامة لنشر وإذاعة الجديد من الأنباء وتطوراتهـا وتفاصيلها ، فنرى كثيراً من باحثى ودارســى الإتصـال بالجماهير فى الغرب يستخدمون عبارة News Media أى وســائل الأخبــار ويعنــون بهــا وســائل الإتصـــال

(١) محمود عبدالرؤوف كامل ، "مقدمة فى علم الإعلام والإتصـال بالنـاس" ، القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٩٥ ، ص١٠٣ .

الجماهيرية وبالذات الصحف والمجلات الإخبارية الأسبوعية والإذاعة .

- إن عبارة وسائل الإتصال تستخدم أحياناً لتعنى وسائل النقل والمواصلات التى تُستعمل لنقل الأشياء والأفراد من مكان لمكان ، كما قد تستخدم أحياناً لتعنى البريد والبرق والهاتف والإتصالات عبر الأقمار الصناعية وأجهزة الكمبيوتر ، فكأنما لم يجد باحثو ودارسو الإتصال الإنسانى والإتصال بالجماهير كلمة أو عبارة أفضل من الإعلام ووسائل الإعلام للدلالة على مجال دراستهم وبحثهم ، وللتمييز بينه وبين ما قد تعنيه كلمة وعبارة الإتصال ووسائل الإتصال اللذان يمتدان ليشملا معانى أخرى .

إتصال وتواصل :

كلمة إتصال مشتقة – لغوياً – من كلمة تواصل ، والتواصل فى اللغة من الوصل ، وهو يعنى ربط شئ بشئ آخر ، ويعنى أيضاً أن الشخص قد ربط ما عنده بما عند الآخر ، وعلى ذلك فالتواصل حتى يتم لابد أن يكون لدى فردين شئ واحد من الفكر أو الإحساس ، وأن تكون هناك لغة مشتركة بينهما .

ومصطلح (Communication) مشتق من الكلمة اللاتينية (Communis) بمعنى مشترك أو شائع ، وإذا أرجعنا مصطلح الإتصال إلى أصله اللاتينى نجد أنه أقرب إلى التواصل منه إلى الإتصال ، إلا أنه تُرجم إلى العربية على أنه إتصال .

ويرتبط اصطلاح "التواصل" بمجموعة من المعانى التى تعبر عن جوهر العملية ، والتى هى نفى للعديد من

المعانى التى ارتبطت - ولو تاريخياً - بالاصطلاح السابق (الإتصال) وفيما يلى استعراض لهذه المعانى[1] :

١ - أن التواصل فى الإنسان متعدد الإتجاهات وليس فى إتجاه واحد ، بما فى ذلك التواصل الجماهيرى أو ما يطلق عليه (الإعلام) على نحو خاطئ ، وقد أبرزت العديد من الدراسات أهمية التغذية المرتجعة فى عملية التواصل ، إلا أن الأمر لا يقتصر على مجرد الحصول على رد - مثلاً - بل هو أكثر من ذلك ، وهذا ما يدفع البعض إلى الحديث عن أطراف عملية التواصل بدلاً من استخدام الاصطلاح التقليدى : مرسل - مستقبل ، وفى الحقيقة أن الطرفين يتبادلا دائماً دورى المرسل والمستقبل فى عملية سريعة مستمرة ، ودون أن يحدث ذلك نكون بصدد إتصال لا تواصل .

٢ - أن التواصل إصطلاح يشير إلى عملية شاملة تتجاوز أطرافها لتشمل النظام الاجتماعى الشامل الذى تتم

---

(١) محمد سيد خليل ، "تنمية مهارات التواصل فى الإنسان" ، القاهرة : الهيئة العامة للإستعلامات ، مجلة النيل ، (العدد ٤٧) ١٩٩١ ، ص٦٧ .

فيه ، أما إصطلاح الإتصال فقد أرتبط بتراث يتناول العملية بشكل تجزيئى ميكانيكى آلى يفصل بين أطراف العملية من جانب ويتغاضى عن السياق الشامل لعملية التواصل من جانب آخر .

٣ – أن التواصل – ليس مجرد إتصال بين طرفين أحدهما مؤثر والآخر يتأثر ، وإنما هو علاقة بين فردين على الأقل – كل منهما يمثل ذات نشيط وهذا يعنى أن كل طرف فى العملية يفترض نشاط الطرف الآخر – ويتعين على كل من الطرفين أن يحلل الأهداف والمبررات الخاصة به والخاصة بالطرف الآخر ، ولا يقتصر الأمر على تبادل المعانى والدلالات فقط بل يسعى كل طرف إلى صياغة معنى عام فى سياق ذلك ، وهذا يتطلب فهم المعلومات لا قبولها فحسب ولذلك تكون كل عملية تواصل عبارة عن وحدة من النشاط والتعاشر والمعرفة .

٤ – أن الإتصال مصطلح يستخدم للإشارة إلى عملية نقل المعلومات فى الإنسان أو الحيوان أو الجماد على حد سواء ، ونظراً للاختلاف الكيفى بين الإنسان من جانب والكائنات الأخرى من جانب آخر ، كان من الأحرى

بنا تخصيص إصطلاح ليصف هذه العملية فى الإنسان هو "التواصل" .

يتضح مما سبق أن التواصل هو عملية التفاعل بين المرسل والمستقبل ، ويتم خلالها تأثير متبادل من خلال تبادل الآراء والأفكار والمعلومات ، كل ذلك فى إطار نسق اجتماعى معين ، ولذلك فالتواصل هو جوهر الإتصال .

الإتصال كعلم :

أصبح "الإتصال" علماً ، له قواعده وأصوله ونظرياته ، ولكنه علم حديث نسبياً ، استمد أصوله من علوم أخرى سبقته ، أفاد منها ، واستفادت تلك العلوم منه فيما بعد ، وساعدت أبحاث الإتصال التى أجريت منذ عشرينيات هذا القرن على تطور هذا العلم ، وأخذت تلك الأبحاث فى البداية منحى فلسفى وصفى فى محاولة لتكوين مفاهيم أساسية للإتصال ، ووضع الافتراضات الأساسية وطرق وأساليب البحث فى هذا العلم ، ثم انتقلت الأبحاث إلى مرحلة تالية وهى المرحلة التطبيقية ، والتى تعنى تطبيق أساليب جديدة فى البحث واختبار صحة الافتراضات فى المرحلة السابقة .

وتاريخ الأبحاث العلمية عموماً يبدأ بالمرحلة الفلسفية التى تنتهى بالتوصل إلى إتفاق عام على بعض المبادئ الأساسية وبعض طرق وأساليب البحث ، والدراسات الفلسفية الأولى هى التى تؤدى إلى ذلك الإنفاق ، وبعد ذلك يتطور البحث العلمى وينتقل من المرحلة الفلسفية إلى المرحلة التجريبية التى يتحول فيها الإهتمام من النظريات والمفاهيم الكلية إلى التفاصيل والدقائق ، فى تلك المرحلة التجريبية تبذل محاولات للتأكد من أن المعلومات النظرية التى تم الإتفاق

عليها فى المراحل الأولى يمكن إثباتها بطريق القياس العلمى ، وهكذا ينتقل الإهتمام من التعميمات إلى الجزئيات والتفاصيل . ثم تنتهى المرحلة التجريبية بإعادة النظر فى المبادئ الأساسية ، فالنظريات أو المفاهيم والمبادئ التى لا تصمد أمام التجربة يعاد النظر فيها ، فى حين أن تلك التى تصمد وتظهر ملاءمتها لظروف العصر لا تعدل ، أو يتأخر تعديلها حتى تمر بنفس التجربة[1] .

وفى الوقت الذى نتحدث فيه عن الإتصال كعلم له نظرياته وأسسه ، لا يجب أن نعزل دور العلوم الأخرى وتأثيرها فى علم الإتصال ، كالعلوم الإجتماعية وعلم النفس والسياسة واللغة ، ومن العلوم التى ساعدت على تطور علم الإتصال وخروجه من المجال الوصفى الفلسفى إلى المجال التطبيقى العلوم الطبيعية ، حيث شهدت السنوات الماضية تطورات سريعة ومتلاحقة فى الميادين التقنية والتى أدت بدورها إلى تغيرات شاملة فى طبيعة الإتصالات ، ففى ١٩٥٧ أطلق الاتحاد السوفيتى (سابقاً) قمره الصناعى الأول

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٧ ، ص١٦-١٧ .

"سبوتنيك ١" ليبدأ بذلك عصر الفضاء ، وغيرت أقمار الإتصال طبيعة الإتصالات تغييراً جذرياً ، وبظهورها ظهر عصر الإعلام الدولى .

وفى سنة ١٩٦٠ بدأ عصر "الضوء المتلاصق" Coherent Light وذلك باختراع الليزر ، وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية هى أولى الدول التى اهتمت بأبحاث الإتصال ، وأخذت دول العالم عنها معظم نظريات الإتصال .

والعالم العربى نقل الكثير من نماذج الإتصال ونظرياته الغربية والأمريكية ، ومازال يفتقر حتى الآن إلى نظرية عربية خالصة فى الإتصال ، كما أن هناك ميادين كثيرة للإتصال لم يتطرق إليها البحاث العرب ، وميادين أخرى تحتاج إلى المزيد من البحث والدراسة ، وكثير من الدراسات العربية فى مجال الإتصال تعالج مشكلات فرعية بغير تعمق ، بالإضافة إلى تأثرها بالتيار الغربى دونما مراعاة لطبيعة مجتمعاتنا العربية الاقتصادية والسياسية والإجتماعية والثقافية .

وقد زاد الإهتمام فى السنوات الأخيرة بالإتجـاه العلمـى فـى دراسـة الإتصـال ، ومـع ذلـك فقد بقـى هنـاك عـدد مـن الباحثين طوال هذه السـنوات يهتمـون بدراسـة علـم الإتصـال بالطريقـة التقليديـة التـى تعتـبره جـزءاً مـن العلـوم الإنسـانية والأدبيـة ، وعلـى ذلـك نجـد أنـه - حتـى بيـن المهتميـن بهـذا العلم - يوجد من يعتبر الإتصـال ظـاهرة علميـة يمكـن فهمهـا باستخدام الطرق الرياضيـة والبحثيـة المنضبطـة ، بينمـا يـراه البعض نشاط إبداعياً ذاتياً خلاقاً[1] .

وقد تطـور الإتصـال مـع تطـور الحيـاة والعلـوم فـى الحضارات الإنسانية ، ويمكننا أن نقسم الحضارات فى تتابعها على أساس إتصال كما يلى[2] :

---

(١) برنت روبن ، "الإتصال والسلوك الإنسانى" ، ترجمة : نخبة من أعضـاء قسم الوسائل وتكنولوجيا التعليم بكليـة التربيـة - جامعـة الملـك سـعود ، الرياض : معهد الإدارة العامة ، ١٩٩١ ، ص١٤ .

(٢) زيدان عبدالباقى ، "وسائل وأسـاليب الإتصـال فـى المجـالات الإجتماعيـة والتربويـة والإداريـة والإعلاميـة" ، ط٢ ، القـاهرة : مكتبـة النهضـة المصرية ، ١٩٧١ ، ص٥٥ .

١ - الحضارة السمعية الشفهية :

أى عندما كان الإتصال يعتمد على الأصوات والإشارات والحركات والأشياء ذات المعانى المشتركة .

٢ - الحضارة الكتابية :

وهى المرحلة التى توصل فيها الإنسان إلى الكتابة واستعمالها فى الإتصال بالآخرين ، أى منذ حوالى أربعة آلاف سنة قبل الميلاد .

٣ - الحضارة الطباعية :

وبدأت بابتكار الطباعة بالحروف المتفرقة فى منتصف القرن الخامس عشر الميلادى .

٤ - حضارة التلغراف والتليفزيون والسينما والإذاعة المسموعة والمرئية :

فى النصف الأول من القرن العشرين .

٥ - حضارة الإلكترونات والذرة وغزو الفضاء :

والمتمثلة فى الأقمار الصناعية وأجهزة الكمبيوتر لتخزين وتحليل واسترجاع المعلومات واستخدامات الذرة وأشعة الليزر فى المجالات السلمية ومنها الإتصال .

ومع ذلك أصبحت دراسات الإعلام تهتم بالناحية المنهجية أكثر من ذى قبل ، وتُرجع د. "جيهان رشتى" ازدياد الإهتمام بتطبيق مناهج البحث الحديثة فى مجال الإعلام خلال الفترة السابقة لأسباب عديدة منها[١] :

- إزدياد إهتمام الهيئات الحكومية بالدعاية خلال الحرب العالمية الأولى والحرب العالمية الثانية ، وقد أدى هذا إلى الإهتمام بدراسة أساليب التأثير على الرأى العام ، كما ساعد هذا الإهتمام على تطوير مناهج البحث الحديثة وتطبيقها على نطاق واسع لقياس الأثر .
- أدى تركز ملكية وسائل الإعلام فى أيدى أقلية فى الولايات المتحدة وإنجلترا والدول الأوروبية الأخرى

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٢٨ .

واختفاء الصحف المتنافسة فى غالبية المدن فى المجتمعات الغربية ، وامتداد ظاهرة الاحتكار إلى ميدان الإذاعة والتليفزيون فى أمريكا ، إلى زيادة قلق المصلحين الاجتماعيين والمشرعين من تأثير احتكار أقلية لوسائل التوجيه والإعلام ، خاصة الوسائل الجديدة التى تطورت بسرعة ، لذلك عملوا على دراسة ظاهرة الاحتكار الصحفى وتأثيرها .

- كان اشتداد المنافسة بين الراديو ومن بعده التليفزيون ، وبين وسائل الإعلام القديمة للحصول على دخل أكبر من الإعلان من أهم الأسباب فى ازدياد الإهتمام بتطبيق أساليب البحث العلمية الحديثة .
- من الأمور التى ظهرت فى الخمسينيات ، تعاون الهيئة الأكاديمية والمعاهد العلمية فى إجراء الأبحاث ، فالقدر الهائل من المعلومات التى تجمعت جعل صلات الباحثين وتعاون العلماء ضروريات .

الإتصال البيولوجى :

فى نهاية التعرض لمفهوم الإتصال ، نتناول بإيجاز نوعاً هاماً من الإتصال يغفله الكثيرون رغم أهميته باعتبار أنه يدخل فى نطاق العلوم الطبيعية ، ذلك النوع هو "الإتصال البيولوجى" .

وهناك ثلاث أنواع من الإتصال البيولوجى :

١ - الإتصال الكهربائى والكيميائى داخل جسم الحيوان .

٢ - الإتصال بغرض بقاء النوع وتواصل الأحياء .

٣ - إتصال الأفراد المختلفة من الحيوانات بعضها ببعض .

(١) الإتصال الكهربائى[1] :

يتم الإتصال الكهربائى عن طريق الجهاز العصبى ، ويشتمل الجهاز العصبى على : الجهاز العصبى المركزى (المخ والحبل العصبى أو الحبل الشوكى) والجهاز العصبى الطرفى ويشمل الأعصاب الصادرة من المخ (الأعصاب المخية) وأعصاب الحبل الشوكى والجهاز العصبى الذاتى

---

(١) يوسف عزالدين عيسى ، "بيولوجيا الإتصال" ، الكويت : مجلة عالم الفكر ، (المجلة الحادى عشر) ، ١٩٨٠ ، ص٣٣٣ .

(Autonomic) ويـتركب مـن الجهـاز العصبـى السـمبيتى (Sympathetic) والجهاز الباراسمبيتى (Parasympathetic) ٠

والجهاز العصبى فى معظم الحيوانـات العديـدة الخلايـا جهاز إتصال سريع ، حيث تنتقل التعليمـات مـن أحـد أجـزاء الجسم إلى أجزاء أخرى على شكل دفعـات عصبيـة ، وتعتـبر أعضـاء الحس (Sense Organs) امتـداداً للجهـاز العصبـى ، فالخلايا الحسية تستقبل الإحساس وتنقل المعلومات إلى الجهاز العصبى المركـزى عن طريـق الخلايـا العصبيـة علـى هيئـة دفعات كهربائية ، والانفعال بالمؤثرات طبيعة عامة فى جميـع الحيوانات .

الإتصال الكيميائى (الهرمانات) :

الغدد فى الحيوانات المختلفة عبارة عن خلايا مفردة أو مجموعة من الخلايا ذات تركيب خاص ووظيفة معينة ، وهى تقوم بإنتاج مـواد يحتـاج إليهـا الجسـم ، ومعظـم الغـدد تصـب محتوياتها من خلال قنوات ويطلق عليها فى هذه الحالـة اسـم الغـدد ذات الإفـراز الخـارجى ، فـالغدد اللعابيـة والكبـد لهمـا قنوات تحمل الإفرازات إلى أجـزاء الجهـاز الهضمـى ، بينمـا

نجد أن الأثداء وغدد العرق تفرغ إفرازاتها من خلال فتحات على سطح الجسم .

وبالإضافة إلى ذلك توجد غدد عديمة القنوات تفرغ إفرازاتها فى الدم مباشرة ، وهذه هى الغدد اللاقنوية أو الغدد الصماء ، أما إفرازاتها فتسمى هرمونات ،وكميات قليلة من هذه الإفرازات ذات تأثير كبير على العديد من وظائف الأعضاء المختلفة فى الجسم ، حيث تقوم إما بتنبيه أو تعويق تكوين ونمو وأنشطة الأنسجة المختلفة والتأثير على سلوك الحيوان .

(٢) الإتصال بغرض بقاء النوع :

تواصل الأجيال جيلاً بعد جيل فى جميع الكائنات الحية يتم عن طريق التكاثر ، والتكاثر قد يتم بوسائل مختلفة ولكن الهدف فى جميع الحالات هو بقاء النوع فلا تزول الكائنات الحية من الوجود ، إلا أن يأذن اللّه بذلك .

والطريقة السائدة فى التكاثر هى إتصال الذكر بالأنثى فى عملية جنسية ينتج عنها اندماج الخلية الذكرية (الحيوان

المنوى) بالخلية الأنثوية (البويضة) فتتكون الخلية الملقحة التى تنقسم انقسامات متتالية حتى يتكون الكائن الحى .

وقد يحدث التكاثر دون التقاء بين ذكر وأنثى ، كما فى الحيوانات الأولية وحيدة الخلية ، حيث يتكاثر الحيوان بطريقة غاية فى البساطة ، إذ ينقسم كل حيوان إلى حيوانين ويطلق على هذا الانقسام اسم "الانقسام الثنائى البسيط" ، أما فى الغالبية العظمى من الحيوانات عديدة الخلايا فلابد من إتصال جنسى بين الذكر والأنثى ، حيث تندمج نواة الحيوان المنوى مع نواة البويضة لإنتاج البيضة الملقحة ، وهو ما يطلق عليه "التكاثر الجنسى" .

(٣) إتصال الحيوانات ببعضها :

قد يحدث إتصال بين أفراد النوع الواحد من الحيوانات أو إتصال بين الأنواع المختلفة ، إما عن طريق الرائحة أو الصوت أو الرؤية ، أو غيرها من الوسائل .

وهناك مخلوقات وكائنات حية تستطيع أن تتخاطب وتتبادل المعلومات فيما بينها ، بإفراز بعض المواد الكيميائية التى يمكن تذوقها أو شمها والتعرف عليها والتأثر بها تبعاً

لذلك ، ولكل مادة من هذه المواد الكيميائية طعماً خاصاً أو رائحة خاصة تستثير إحساساً خاصاً عند الكائن الحى الذى يقوم باستقبالها ، فيصبح لكل منها مدلول خاص ، ومعنى معين ، فتشبه بذلك كلمات اللغة العادية ويمكن استخدامها بدلاً من تلك الكلمات ، كما يمكن ترتيبها بأسلوب خاص بحيث تكوّن فيما بينها جملاً مفيدة تحمل المعنى المقصود ، والحشرات تتصل فيما بينها عن طريق ذلك النوع من الإتصال ، فمن المعروف أن هذه الحشرات تعيش فى تجمعات خاصة تشبه المجتمعات ، تتم فيها الأعمال بمنتهى الدقة والنظام .

وقد تم اكتشاف عدد من وسائل الإتصال الكيميائية المعقدة التى تستخدمها الحشرات لتبادل المعلومات ، وتبين أن بعض الحشرات تقوم بإفراز بعض المواد الكيميائية فى مناسبات معينة ، وهى تفعل ذلك إما للتأثير المباشر فى الأفراد المحيطين بها ، وإما للتحكم فى البيئة نفسها ، وهى تقوم بذلك ببراعة ، فهى لا تخلط بين مناسبة وأخرى ، ولا تخطئ فى ذلك على الإطلاق فلكل مناسبة مادة خاصة

بها ، كما أن لكـل مـادة غـدة خاصـة بهـا أيضـاً ، وتبـدو هـذه الظاهرة بوضوح فى مستعمرات النمل الأبيض[1] .

وقـد أعلـن العلمـاء الأمريكيـون بجامعـة "كاليفورنيـا" مؤخـراً أنـه ثبـت أن النباتـات تتخـاطب تحـت سـطح الأرض بهدف إبعاد جذورها عن بعضها البعض ، حتى تتيح الفرصـة لجاراتها فى النمو بدون أى نـوع مـن الإحتكـاك أو الإعاقـة ، ويعتقد هؤلاء العلماء أن الجذور تصـدر إشـارات فـى صـورة مادة كيميائية تشعر بها جاراتها فتترجمها وتستجيب لهـا علـى الفور .

---

(١) للتعرف على المزيد من أشكال الإتصال بين الحيوانـات وبعضهـا يمكـن الرجوع إلى المرجع التالى :
أحمد محمد سلام ، "لغة الكيمياء عند الكائنات الحية" ، الكويـت : سلسلة عالم المعرفة ، ١٩٨٥ .
حيث يتحدث د. "أحمد سلام" باستفاضة عن المـواد التـى تفرزهـا بعض الكائنات الحية وتعمل كنظام للإتصال بين تلك الكائنات ، بحيـث يستطيع هذا النظام أن ينقل إلينا عدداً هائلاً من المعلومات بكفاءة ، ويطلـق علـى هذه المواد : مواد الأثر – مواد الإنذار – جاذبيات الشم .
كما يمكن الرجوع إلى مقال :
د. "يوسف عزالدين عيسى" بمجلة عالم الفكر – المجلـد السـابع (١٩٧٦) بعنوان : لغة الحيوان .

الفصل الثانى

تعريف الإتصال

* ☆ تعدد التعريفات .. لماذا؟
* ☆ المصطلح الأجنبى للإتصال
* ☆ الإتصال كإستجابة
* ☆ الإتصال كنقل
* ☆ الإتصال كعملية
* ☆ الإتصال كتفاعل
* ☆ الإتصال .. كل هذا

الفصل الثانى
تعريف الإتصال

تعدد التعريفات .. لماذا؟

إذا كان الإتصال "كعلم" حديث نسبياً ، إلا أنه كنشاط من أقدم أنشطة الإنسان ، ولقد حاول الكثيرون صياغة تعريف للإتصال ، بعضهم نظر إليه كمفهوم ضيق يقوم على نقل رسالة من مصدر إلى متلقى ، والبعض الآخر حاول أن يحدد المجالات المختلفة للإتصال ، وما يحدث داخلها من تفاعل ، وذلك فى نظره أوسع إلى مفهوم الإتصال .

وعلى ذلك فقد تعددت تعريفات الإتصال ، واختلفت هذه التعريفات طبقاً لتعدد وجهات النظر التى تناولته ، وطبقاً لتخصص صاحب التعريف .

والحقيقة أن الإتصال يدخل ضمن إهتمامات علوم كثيرة ، وكل علم له نظرة خاصة إلى الإتصال ، كما يسهم كل علم فى دراسة الإتصال عن طريق مجالات مختلفة .

فالعلوم الطبيعية تسهم فى دراسة الإتصال عن طريق مجالات فنية مثل السيبرنطيقا ، ونظرية المعلومات ، ونظرية النظم ، أما العلوم الإجتماعية فتحتضن الإهتمامات الشاملة لأصحاب الإنثروبولوجيا الذين يعرّفون الثقافة على أنها إتصال ، ولأصحاب علم النفس الإجتماعى الذين يحددون العلاقات بين نشاط الفرد والجماعة كعملية إتصالية ، ولعلماء اللغة الذين يصفون بحوثهم فى بنيوية اللغة على أنها جانب من علم الإتصال ، وثمة إتجاهات أخرى تلك التى تأخذ بنظام العلاقات المتبادلة بين العلوم المعنية فى دراسة الإتصال ، وفى مقدمتها علم النفس ، والاجتماع ، والإتصال الكلامى ، والعلوم السياسية ، والصحافة ، وغيرها كثير ، وبالإضافة إلى ذلك تسهم العلوم الإنسانية – وخاصة البلاغة والفلسفة – فى تزويد التفاعل الإتصالى الإنسانى بتراث غنى من التقاليد والتعاليم[1] .

ثمة صعوبة أخرى فى تحديد تعريف متفق عليه للإتصال ، وهى نقص التكامل بين النظريات فى هذا الميدان ، بالإضافة إلى تعدد نماذج الإتصال وعدم وجود

(١) Schramm W.; Communication Research in the United States, in (The Scince of Human Communication), New York, 1963.

نموذج عام للإتصال ، فهناك أكثر من خمسة عشر نموذجاً للإتصال ، بالإضافة إلى أكثر من خمسين وصفاً مختلفاً لعملية الإتصال .

والواقع أن البحث فى ديناميات الإتصال الإنسانى ينبغى أن يرتكز على محورين[١] :

أولهما : المعرفة المتكاملة التى تأخذ بنظام العلاقات المتبادلة بين العلوم المعنية بالإتصال .

وثانيهما : تمايز البحث فى الإتصال بمحاولات معينة مثل تكنولوجيا الإتصال ، بيولوجيا الإتصال ، سوسيولوجيا الإتصال ، سيكولوجية الإتصال ، وغير ذلك من نواحى الإتصال المختلفة التى تستلزم دراسات متعمقة تقوم عليها علوم متخصصة .

---

(١) طلعت منصور ، "سيكولوجية الإتصال" ، الكويت : مجلة عالم الفكر ، (المجلد الحادى عشر) ١٩٨٠ ، ص٢٠٣ .

وهذان المحوران ينبغى أن يتفاعلا فيما بينهما ليعمق بعضهما الآخر وليثريا البحث فى الإتصال بجوانبه المختلفة ، وصولاً إلى التكامل النظرى للإتصال كظاهرة مركبة متشابكة الأبعاد والمكونات .

المصطلح الأجنبى للإتصال :

الإتصـــال ترجمـــة للمصطلـــح الإنجلـــيزى Communication وهـــو مشـــتق مـــن الكلمـــة اللاتينيـــة Communis والتى تعنى الشئ الشائع أو المشترك .

مـن هنـا فهنـاك شبه إتفـاق بين كـل علمـاء الإتصـــال وباحثيه على وجود صفة الذيوع والشيوع والانتشار فى عملية الإتصال خاصة الجماهيرى منه ، ومن التعريفات التـى تـدور فى هذا المجال :

- يذكر "إبراهيم إمام" أن كلمة إتصال Communication تمتاز بالتعبير عن الغرضية والتفاعل معاً ، بمعنى أنها تنطـوى علـى معنـى القصـد والتدبـير ، وكذلـك تعنـى التفاعل أو المشاركة[1] .
- تذكر "شاهيناز طلعت" أن الإتصـال Communication كلمـة مشـتقة مـن كلمـة Communis ومعناهـا الشـئ المشـترك ، ونحـن عندمـا نقـوم بعمليـة الإتصـال فأننـا

---

(١) إبراهيم إمام ، "الإعلام والإتصال بالجماهير" ، القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٦٩ ، ص٢٤ .

نحاول أن نوجد نوعاً من المشاركة مع شخص آخر ، أى أننا نحاول أن نشاركه فى المعلومات أو الفكر أو الإتجاهات[1] .

- يذكر "أحمد بدر" أن كلمة الإتصال Communication مشتقة فى لفظها الإنجليزى من الأصل اللاتينى Communis أو Common ، معناها مشترك ، فعندما نقوم بعملية الإتصال فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة مع شخص أو جماعة أخرى ، أى أننا نحاول أن نشترك سوياً فى معلومات أو أفكار أو مواقف واحدة[2] .

وفى هذا المعنى يقول "تشارلس موريس" Charles Morris إن الإتصال يتناول أى ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد فى أمر معين ، وتحقيق تآلف حول قضية معينة يسميه موريس شيوعاً (Communication) قياساً

---

(١) شاهيناز طلعت ، "وسائل الإعلام والتنمية الإجتماعية" ، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٠ ، ص٧ .

(٢) أحمد بدر ، "الإتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية" ، الكويت : وكالة المطبوعات ، ١٩٨٢ ، ص٥٥ .

على ذلك فإنه حينما يغضب شخص ما فقد ينتقل الغضب إلى شخص آخر ، هذا الظرف ينطوى على إحساس مشاع أى مشاركة ، من ناحية أخرى قد يبدى شخصاً دلائل توحى بالغضب بدون أن يغضب فعلاً ، هذه الظواهر قد تجعل شخصاً آخر يبدى بدوره مؤشرات تدل على الغضب ، ما يحدث فى هذه الحالة هو إتصال[1] .

ويعرف كوماتا (Kumata) الإتصال من هذا المنظور أيضاً بأنه محاولة خلق جو من الألفة والإتفاق مع الناس ، وذلك بالاشتراك مع الآخرين فى المعلومات والأفكار .

كما يعرف "أو مكس" Omax الإتصال بأنه تبادل الأفراد للمعلومات ، أى عندما يدرك بعضهم بعضاً ، وعندما يتبادلون الرسائل فيما بينهم ، عندما يكون هؤلاء الأفراد على وعى مباشر أو غير مباشر بوجود الآخرين .

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ، ص٥٠ .

الإتصال كإستجابة :

ينظـر البعـض إلـى الإتصـال كإسـتجابة ، ومنهـم "سـتيفنس S. Stevens" الـذى يعـرف الإتصـال بأنـه إسـتجابة الكـائن الحـى الممـيزة إزاء محـرض ، وكذلـك "كرونكيـت" (Cory Cronkhite) الذى يقول بـأن الإتصـال بيـن البشـر يتـم عندما يستجيب الإنسان لرمز ما .

والحقيقـة أن الإتصـال ليـس هـو الإسـتجابة ، وتعريـف "ستيفنس" بالإضافة إلى أنـه مقتضـب ، فهـو أيضـاً ينظـر إلـى الإتصال بعمومية ، إذ يدخل فيه أنشطة الكائنات الحية بغرض الإسـتجابة وهـو مـا تجنبـه "كرونكيـت" الـذى حصـر مفهـوم الإتصال فى نطاق الإنسان فقط .

كما أن مثل هذه التعريفات التى ترى أن الإتصـال هـو إستجابة تغفل كثيراً من العناصر الأساسية للعملية الإتصالية ، وترى أن الإستجابة دليل على نجـاح الإتصـال ، علـى الرغـم مـن أن الإتصـال قـد يتـم ولا تظهـر الإسـتجابة أو النتيجـة مباشـرة ، كمـا هـو ظـاهر فـى تـأثير الإتصـال الجمـاهيرى . ويبقى أن نقول أن هذين التعريفين (ستيفنس وكرونكيـت) همـا من التعريفات الإجرائية السلوكية .

الإتصال كنقل :

الإتصال بمفهومه الضيق والبسيط يعنى نقل أو تبادل معلومات وأفكار بين أطراف متلقاه ومرسلة ، أو مؤثرة ومتأثرة .

ومن التعريفات التى ترى أن الإتصال هو عملية نقل تعريف "فلويد بروكر" (Floyde Broker) الذى يقول إن الإتصال هو فن نقل المعلومات والآراء والإتجاهات من شخص لآخر ، وذلك عن طريق توجيه وسائل الإعلام والإتصال عن طريق الصورة أو الصوت أو الشم أو التذوق أو غيرها من حواس الإنسان(١) .

وتعريف الإتصال أو النظر إليه على أنه عملية (نقل) هى نظرة متدنية وقاصرة ، فالأفكار والمعلومات والآراء يستلزم نقلها من فرد لآخر وجود خبرة مشتركة بينهما ووجود قدر من التفاعل .

---

(١) Edwin Emery and Agee; Introduction to Mass Communication, N.Y., 1965, p.p.304

وتعريف الإتصال بأنه عملية نقل ، لم تلق استحساناً كبيراً ، إذا أن كلمة "نقل" قد تناسب الأشياء أو الماديات أكثر من المعنويات ، فحينما نقول أن جهازاً معيناً قد نُقل من مكان إلى مكان آخر ، فإن المكان الأول قد أصبح خالياً تماماً من هذا الجهاز ، فى حين أصبح المكان الثانى به الجهاز بعد أن كان خالياً من قبل ، وإذا ما قارنا ذلك بالأفكار والمعلومات ، فإن عملية الإتصال لا تتم بهذه الصورة ، فالأفكار حينما ينقلها شخص إلى آخر ، لا يعنى ذلك أن الطرف الأول أصبح جاهلاً بهذه الأفكار وأن الطرف الثانى قد سلب الأول كل أفكاره[1] .

ويرى "بروكر" Bruker أن الإتصال يتم من شخص لآخر ، والحقيقة أن الإتصال قد يتم بين شخص وشخص ، أو بين شخص ومجموعة من الأشخاص ، أو بين مجموعتين من الأشخاص أو قد يكون إتصالاً غير مباشر بين مؤسسة إعلامية وأفراد المجتمع .

---

(١) محمد سلامة غبارى والسيد عبدالحميد عطية ، "الإتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق" ، الإسكندرية ، المكتب الجامعى الحديث ، ١٩٩١ .

والإتصال فن – كما يرى "أدوين إمرى" Emry وإضفاء صفة الفن على الإتصال يستلزم وجود مهارات معينة فى القائم بالإتصال ، فالتعبير عن الآراء والأفكار والإتجاهات لابد أن يتم التعبير عنه بأسلوب جمالى غير جاف حتى يقبل عليها المتلقى .

وتعريف "إمرى" بالرغم من أنه ينظر إلى الإتصال كعملية نقل إلا أنه من التعريفات الجيدة ، فالإتصال بالنسبة له فن ، والإتصال يستخدم وسائل الإعلام ، والإتصال يتم عن طريق حواس الإنسان ، فوسائل الإعلام تتطلب استخدام الحواس ، فالراديو يتطلب استخدام الأذن ، والتليفزيون الأذن والعين ، والقراءة العين ، كما أن الشم واللمس يستخدما فى الإتصال ، فرائحة الشئ تدل عليه ، ولمس الشئ تبين كنهته .

الإتصال كعملية (Process) :

إن مكونات الإتصال ليست أشياء ثابتة ، ولكنها تتفاعل بشكل ديناميكى ، والنظر للإتصال كعملية (Process) يأخذ فى الاعتبار التفاعلات والتغيرات التى تحدث بين المرسل والمستقبل أثناء وبعد العملية الإتصالية ، ومن التعريفات التى تنظر للإتصال كعملية تعريف أدوين إمرى السابق ، وكذلك تعريف كارل هوفلاند (Carl Hovland) الذى يقول إن الإتصال هو العملية التى ينقل بمقتضاها الفرد (القائم بالإتصال) منبهات (عادة رموز لغوية) لكى يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبل الرسالة) .

ورغم أهمية هذا التعريف إلا أننا نأخذ عليه عدة ملاحظات : أنه يرجع بنا إلى مفهوم "النقل" ، كما أنه لم يركز على الأنواع الأخرى من الرسائل غير اللغوية مثل الإيماءات والإشارات وتعبيرات الوجه وغيرها مما يطلق عليه الإتصال غير اللفظى ، وحدد "هوفلاند" هدف القائم فى الإتصال فى تعديل سلوك الآخرين ، رغم أن أهداف القائم بالإتصال متعددة قد تكون بالإضافة إلى تعديل السلوك ، تغييره أو تدعيمه .

ويذهب جورجن رويتش (Jurgen Ruesh) إلى أن مفهوم الإتصال يشمل العمليات التى يؤثر بها الناس بعضهم على البعض .

وهذا التعريف يشترط حدوث تأثير للإتصال ، وهذا التأثير رغم حدوثه يصعب قياسه خاصة فى الإتصال الجماهيرى .

الإتصال كتفاعل :

تتسم العملية بالدينامية ، ولذلك يدخل فيها التفاعل ، إلا أن هناك بعض التعريفات التى تؤكد صراحة على "التفاعل" فى الإتصال ، منها تعريف "بوجاردس" الذى ينص على أن الإتصال هو التفاعل فى ضوء منبهات أو إشارات أو نظرات عن طريق إستجابة الأشخاص إليها ، ويستخدم الإتصال تلك المنبهات كرموز لما يحمل من معنى .

بينما يرى جورج لندبرج (George Lundberg) أن كلمة الإتصال تستخدم للإشارة إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز .

ويعرف كرتش وكرتشفيلد (Krech & Crutchfield) الإتصال بأنه تبادل المعانى بين الأفراد ، ويحدث بشكل أولى من خلال استخدام هؤلاء الأفراد للرموز المألوفة والمعروفة لهم[١] .

---

(١) Krech P, and Krech, F; Individual in Socity : Atext Book of Social Psychology, N.Y., (Hill Root Co.), 1962, p.307.

بينما ينظر "روبرت وينر" R. Weanar إلى الإتصال بشكل ، يتضمن التفاعل بين الآلات أيضاً ، حيث يقول وينر إن الإتصال يتضمن كل الإجراءات التى يمكن بمقتضاها أن يؤثر عقل بشرى على عقل بشرى آخر ، أو جهاز على جهاز آخر (يمكن لآلة أوتوماتيكية ترصد تحركات طائرة وتحسب مواقعها المحتملة أن تطلق صاروخاً ليطارد هذه الطائرة)[1] .

والحقيقة أن هناك إتفاقاً وتشابه بين الإتصال والتفاعل الإجتماعى ، حيث أن التفاعل الإجتماعى هو السلوك الذى يشترك فيه شخصين أو أكثر بغرض التأثير .

ويذهب البعض إلى أن الإتصال الإنسانى والتفاعل الإجتماعى لهما نفس المدلول ، ويؤكد "شيلدون سترايكر" (Sheldon Stryker) على هذه الحقيقة بقوله "أن الكلمتين تفاعل وإتصال تعنيان نفس الشئ ، ذلك أنه لا يمكن أن يقوم تفاعل فى غيبة من الإتصال ، كما لا يمكن أن يقوم إتصال

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٥٣ .

بدون تفاعل رمزى" ، كما يتفق معه "تيودور نيوكمب" (Newcomb) حيث يقول "إن عمليات التفاعل الإنسانى هى تقريباً عمليات الإتصال ... ذلك أن التأثيرات الفردية التى نهتم بدراستها فى التفاعل هى تأثيرات تحدث من خلال الإتصال"[1] .

---

(١) فرج الكامل ، "تأثير وسائل الإتصال – الأسس النفسية والإجتماعية" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٥ ، ص٥٨ .

الإتصال .. كل هذا :

من التعريفات العديدة السابقة وغيرها ، يمكننا أن نضع تعريفاً للإتصال يأخذ فى الإعتبار كل الجوانب السابقة من نقل ، وإستجابة ، وعملية ، وتفاعل ، ومشاركة وهو :

إن الإتصال عملية دينامية دائرية ، يتفاعل خلالها فرد أو أكثر أو مجموعة أو أكثر ، أو نظم إجتماعية مع بعضها البعض ، بغرض تبادل المعلومات والأفكار والآراء المختلفة ، وتتم فى وسط إجتماعى يساعد على المشاركة فى المعلومات والانفعالات والصور الذهنية ، وهذه العملية لها أهداف معينة وردود فعل حالية أو مستقبلية .

ويؤكد هذا التعريف على عدد من الحقائق :

أ – أن الإتصال عملية ، والعملية أى ظاهرة تتغير خلال فترة زمنية ، ولذلك يتسم الإتصال بالدينامية ، كما أنه يسير فى شكل دائرى وليس خطياً ، بمعنى أن المستقبل يتحول إلى مرسل وهكذا ، ولا تنتهى العملية الإتصالية بوصول الرسالة إلى المتلقى .

ب- أن هناك تفاعلاً فى العملية الإتصالية ، والتفاعل مرتبط بكون الإتصال عملية ديناميكية وليست ثابتة ، ويأخذ التفاعل الإتصالى شكلين الأول التفاعل بين

المرسل والمستقبل ، والثاني هو تفاعل المستقبل مع الرسالة أو موضوع الإتصال .

جـ- أن الإتصال قد يتم بين الفرد ونفسه وهو الإتصال الذاتي ، كما قد يتم بين فردين أو أكثر كما في الإتصال المباشر ، وقد يصل المشاركون في الإتصال إلى أعداد كبيرة جداً كما في الإتصال الجماهيري .

د - أن المشاركة هي عنصر أساسي في الإتصال ، ويرى "ولبرشرام" أن المشاركة جوهر الإتصال الإنساني ، وتزداد المشاركة إذا كان هناك تقارب في الخبرات بين كل من المرسل والمستقبل ، والخبرات المشتركة تخلق إهتماماً مشتركاً نحو القضية أو الموضوع الذي يشكل محور الإتصال ، والمشاركة تعني أن الفرد في عملية الإتصال لا يكون مرسل دائماً ، ولا يكون متلقياً دائماً ، فهو مرسل أحياناً ومتلقي أحياناً أخرى .

هـ- أن الإتصال ما دام إجتماعياً ويتم في وسط إجتماعي ، فله هدف ولا يتم بطريقة عشوائية ، وله كذلك ردود فعل تظهر إن عاجلاً أو أجلاً .



الفصل الثالث

العملية الإتصالية

(الأشكال .. الأهداف .. الوظائف)

- أشكال الإتصال
- أهداف أم وظائف؟
- أهداف الإتصال
- وظائف الإتصال

الفصل الثالث
العملية الإتصالية

أشكال الإتصال :

يقوم الإتصال بدور فعال فى تقدم الحضارات ، وتنمية المجتمعات الإنسانية ، ومنذ وجود الإنسان على الأرض وهو يستخدم الإتصال ، للتعبير عن نفسه وتحقيقاً لاحتياجاته ، ومعابد قدماء المصريين خير دليل على ذلك ، فالرسومات والصور التى تصور الحياة فى هذه الحقبة نجدها على جدران تلك المعابد والمقابر .

ويمكن تقسيم الإتصال :

أ – طبقاً للطريقة المستخدمة فى الإتصال أو اللغة .

ب– طبقاً لعدد المشاركين فى العملية الإتصالية .

(أ) تقسيم الإتصال طبقاً للطريقة المستخدمة أو اللغة :

١ – الإتصال غير اللفظى :

والإتصال غير اللفظى ، تعريفاته متشابهة رغم كثرتها ، وجميعها يتفق فى المعنى العام له ، وهو أنه وسيلة للإتصال بين البشر بطرق أخرى غير اللغة

المنطوقة أو المكتوبة ، فهو كما يقول "جميس واطس" لغة الجسم أو حديث الجسم ، وهو نظام رمزى للإتصال .

ويعد الإتصال "غير اللفظى" أقدم أشكال الإتصال ، ورغم ذلك فإن الإهتمام به يعد حديثاً نسبياً ، نظراً لما تتسم به الأفعال غير اللفظية من طبيعة معقدة ، ويأخذ الإتصال غير اللفظى مظاهر متعددة كالإشارات والإيماءات ، والصياح غير اللغوى ، وتعبيرات الوجه ، وحركات الجسم وغيرها ، وقد يأخذ الإتصال غير اللفظى صوراً أكثر تعبيراً ودلالة من مجرد الإشارات والإيماءات مثل العروض العسكرية والتى تحمل وسائل إنذار للأعداء ، فاستعراض القوة العسكرية من خلال العروض العسكرية رسالة مطوية تنبئ عن القوة ، كما أن المقاطعة الاقتصادية والحصار الاقتصادى لدول معينة هو شكل من أشكال الإتصال غير اللفظى ، وكذلك أعمال الإرهاب ، والإضراب عن العمل ، والاعتصام هى أفعال تتحدث عن نفسها بغير ألفاظ .

وللإتصال غير اللفظى مزايا عديدة أهمها :

- أنه أكثر صدقاً ، وأعظم تأثيراً من الإتصال اللفظى .
- أنه تأييد ودعم للإتصال اللفظى خاصة المواجهى منه ، فهو يقدم تفسيراً للرسالة ، ويوضح ما يخفق النص اللغوى فى إيضاحه .
- أنه الوسيلة الأولى التى يستخدمها الإنسان ، فالطفل لا يستطيع التعبير عن انفعالاته خلال السنتين الأوليتين من عمره عن طريق اللغة ، ولكنه يستخدم الإشارات وحركات الجسم وتعبيرات الوجه كوسيلة صادقة للتعبير عن انفعالاته وتحقيق احتياجاته .
- أنه يتخطى حاجز اللغة ، فلا يشترط أن تكون هناك لغة منطوقة مشتركة بين المرسل والمستقبل .

وقد قسم كل من "سوليفان" و"هارتلى" و"سوندرز" أشكال الإتصال غير اللفظى إلى[1] :

---

(١) Timo, S., Sullivan et al., Key Concepts in Communication, (London Mathuen E. Co.) 1983, p.156.

- النظر إلى جسم أو وجه الآخرين .
- تعبيرات الفم (الابتسامة أو التكشيرة) .
- طريقة الحركة أو وضع الجسم .
- استخدام الحركات الصادرة عن الأذرع والأيدى أثناء الحديث .
- حركة الجسم ككل .
- المسافة التى نتركها بيننا وبين الآخرين .
- الرائحة (مثل رائحة العطور) .
- لون البشرة .
- الشعر : طوله ، نعومته ، طريقة تصفيفه .
- الملابس والأزياء والحلى .

وهناك تقسيم آخر لأشكال الإتصال غير اللفظى أكثر شمولاً ويشمل[1] :

- اللغة الأخرى المماثلة أو ما يطلق عليه علم الأصوات :

---

(1) ابتسام أبوالفتوح الجندى ، "الإتصال غير اللفظى" ، القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات ، مجلة النيل ، العدد٤٧ ، ١٩٩١ ، ص١٧ .

والمقصود بهذا الشكل ما يحدث أثناء الحديث من أصوات مصاحبة كالعطس ، وطبقة الصوت ، التثاؤب ، الضحك ، الكحة ، طقطقة اللسان ، الزغرودة ، السرعة فى الإلقاء ، الوقفات ، الصمت ، فطبقة الصوت تحدد هل ما تقوله جملة أو سؤالاً ، وإذا كانت جملة للتعليق فهل تقال بشكل ساخر أم جاد ، وهكذا .

- المظهر أو الأشياء الصناعية من ملبس وزينة :

ويعكس المظهر الكثير من شخصية صاحبه ، كذلك الملابس ومدى تناسقها وألوانها ، وأدوات الزينة وكيفية استعمالها .

- حركة الجسم :

وتضم حركات الرأس ، الأذرع ، الأرجل ، الأيدى ، فمثلاً حركة الرأس الأفقية دليل على الرفض ، والحركة الرأسية دليل على الموافقة ، وتستخدم الأيدى للسلام ، كما تستخدم للإشارات بين رجال المرور .

- اللمس :

وهو يبدأ منذ اللحظات الأولى لولادة الطفل ، ويستمر معه عند احتضان الأم له ، وبذلك يصبح اللمس رمزاً للدفء والحنان والإهتمام ، وهناك اختلافات ثقافية فيما يتعلق بهذا الشكل ، فالمعروف عن الثقافة الأمريكية أنها أقل استخداماً للمس على عكس الثقافات الأخرى ، وفى أحيان كثيرة يستخدم المدربون الربت على الكتف لتشجيع اللاعبين .

- استخدام الحيز المكانى أو المسافة :

يؤثر أسلوب التنشئة على ما يعرف بالخصوصية ، فالطفل الذى يتعود على النوم مع والدته فى سرير واحد ، لا يترك مسافة تفصل بينه وبين الآخرين عندما يكبر ، بعكس الطفل الذى يتعود النوم بمفرده منذ أيامه الأولى ينشأ على احترام ما يعرف بالخصوصية ويجسده "الحيز الشخصى" الذى يعنى المسافة التى تحيط بالشخص والتى لا يجب اختراقها إلا إذا سمح بذلك .

ومما لاشك فيه أن المكان الذى تختاره للجلـوس يؤثر علــى درجــة التفــاعل وســير المناقشــة وحجــم المشاركة ، فقد وجد أن من يجلس بــالصفوف الأماميـة وفى الوسط يشترك فى المناقشة أكثر ممن يجلس علــى الأطراف ، وجلوسك على رأس المنضدة ينقـل المعنـى بأنك رئيس الجلسة وهكذا .

- استخدام الحيز الزمانى :

ويرتبــط الإحســـاس بقيمــة الوقــت بالثقافــة المحيطة ، فالثقافة الغربية تؤمن بأهمية المحافظة علـى الوقت ويغلب عليها دقة المواعيـد ، أمـا الثقافـات التـى تضطر إلى الانتظـار طويـلاً لـزرع البـذور واستكمال العمليات الزراعية الأخـرى وحتـى الحصـاد ، فـالوقت عندها يكون مفتوحاً ، وفى مجتمعنا كثيراً مـا نجـد مـن يقول لآخر "قابلنى بعد صلاة المغرب" .

٢ - الإتصال اللفظى :

وهــو يعتمــد أساســاً علــى الرمــوز اللغويــة ، وبتطــور الرمــوز اللغويــة تطــور ذلــك النــوع مـــن الإتصـال ، ولكل بيئة لغتها الخاصـة ، والتـى تتواصـل

عن طريقها ، ولا يستطيع أحد أن يفهم ثقافة وحضــارة تلك البيئة ما لم يفهم حق الفهم وسيلتها اللغويـة فـى التعبير .

ولإتمام الإتصال اللفظى لابد أن يكون لديك لغة تستطيع أن تعبر بها عن أفكارك ، ولابد أيضـاً أن تكون قادراً على فهم لغة الآخرين ، والإتصال اللفظـى والإتصال غير اللفظى ليسا منفصلين عن بعضهما ، فكثيراً مـا تستخدم إشارات وحركات لتوضيح معنـى يصعب فهمه بالإتصال اللفظى .

(ب) تقسيم الإتصال طبقا لعدد المشاركين فيه :

وهذا التقسيم يعتمد على العنصر البشرى المشارك فـى عملية الإتصال وهذا التقسيم هـو السائد عند دراسة عنـاصر العمليـة الإتصاليـة خاصـة فيمـا يتعلـق بعنصـر الجمهـور أو المتلقين .

١ - الإتصال الذاتى : Intra-Personal

هو الذى يحدث داخل الفرد ، وهو العملية التـى تحدث بين الفرد ونفسه ، ويرتبط بالسمات الشخصية والنفسية للفرد مثل الإدراك والبناء المعرفى والتعليمـى

وغيرها ، ويحدث داخل عقل الفرد ويتضمن أفكاره وتجاربه ، وتؤثر خبرات الفرد وبشكل واضح فى هذا الإتصال ، ويتحول الفرد فى هذا النوع من الإتصال تلقائياً إلى مصدر ومتلقى فى آن واحد .

ويعتبر الإتصال الذاتى هاماً للفرد وللمجتمع ، فتواصل الفرد مع ذاته يمكّنه من التواصل مع الآخرين من خلال اتخاذ القرارات السليمة ، والإتصال الذاتى الصحيح دليل على التوافق النفسى للفرد والذى يقود بدوره إلى التوافق الإجتماعى .

وإتصال الفرد مع نفسه يجعله أقدر على توظيف إمكاناته توظيفاً كاملاً مما يجعله شخصية على درجة كبيرة من السواء ، كما أن إتصال الفرد مع نفسه قوامه فكرته عن نفسه ، وإدراكه لخصائصه وإمكاناته ، ووعيه بأسلوب حياته .

ويعتبر الإتصال الذاتى من أقدم أنواع الإتصال ، وإن لم يكن معروفاً بهذا الاسم من قبل ، إلا أن الإنسان قد عرف طريقة التفكير قبل أن يتعلم

كيفية الإتصال بغيره من البشر ، لأن الله عز وجل قد خلق الإنسان مزوداً بالعقل مهيئاً لعملية التفكير ، فهو بفطرته كائن مفكر ، وما يحاوله البشر من عمليات البحث فى هذا المجال ما هو إلا محاولة فهم للكيفية التى يتم بها التفكير وإعمال العقل ، كما أن الحث على التفكير ليس محاولة إيجاد شئ غير موجود أصلاً وهو التفكير ، وإنما هو تنشيط هذا التفكير حتى يسبق العمليات الإتصالية المختلفة[1] .

٢ - **الإتصال الشخصى : Interpersonal**

وهو الذى يحدث بين فردين أحدهما مرسل والآخر مستقبل ، وهو شائع فيما بيننا ، ونستخدمه يومياً حينما نتبادل التحية أو المناقشة أو نعطى أو نتلقى أوامر .

والإتصال الشخصى يحدث حينما يكون هناك تفاعل بين نظامين ذاتيين أو أكثر ، فأنت حينما تتحدث

---

(١) سليمان درويش عامر ، "نظرات فى الإعلام" ، القاهرة : دار الهدى للطباعة ، ١٩٨٨ ، ص١٦٣ .

إلى صديق تعتبر نظام ذاتى وتعتبر صديقك أيضاً نظام ذاتى ، ولكن النظامين يتفاعلان ليكونـا نظـام للإتصـال الشـخصى وكـل نظـام ذاتـى يتـأثر عندمـا يتفـاعل مـع النظام الآخر[1] .

ويتميز الإتصال الشخصى بما يلى :

أ – انخفاض تكلفته ، فهو غير مكلف .

ب– محدوديـة جمهـوره ، فهـو لا يتجـاوز فرديـن (مرسل ومستقبل) .

جـ– سهولة تقدير حجم التعرض للرسالة .

د – الحصول على رد فعل مباشر وواضح .

والإتصال الشـخصى مـلازم للإتصـال الذاتـى ، ومكمل له ، ومبنى عليـه ، وهـو أول أشـكال الإتصـال التى خرجت به من النطاق الذاتـى الضيـق إلـى مجـال أوسع للتجاور مع الآخر .

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ، ص١٢٠ .

أنماط الإتصال الشخصى[1] :

- المحادثة : وهـى الاشتراك فـى حديث مـا بيـن شخصين أو أكثر قليلا .
- المحـاورة : وهـى المراجعـة فـى الكـلام ، والمجاوبة فى الخطاب .
- المجادلـة : وهـى المغالبـة فـى الكـلام لإظهـار الحق ، أو مقابلة الحجة بالحجة .
- المناظرة : إذا كانت بين شخصين[*] .

٣ - **الإتصال الجمعى : Group Communication**

وهو ذلـك النـوع مـن الإتصـال الـذى يقـوم فيـه المرسل بمواجهة أكثر من شخص قـد يكـون شـخصين أو ثلاثة أو مجموعة من الجماهير ، ومثال له الخطـب والندوات والمحاضرات .

---

(١) سـليمان درويـش عـامر ، "نظـرات فـى الإعـلام" ، مرجـع سـابق ، ص١٨١-١٨٣ .

(*) وهذه الأنماط مستندة إلى أساس لغوى ، ولها أصولها فى القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة .

وهو إتصال مواجهى مباشر ، ويتم فى مكان معين وزمن محدد ، ويمكن للمرسل أن يتعرف إلى حد كبير على ردود فعل رسالته من خلال انفعالات الحاضرين وما توحى به علامات وجوههم ، ومدى استحسانهم لما يقال .

وقد يستخدم المرسل رسائل تكنولوجية تعينه على توصيل رسالته إلى الجمهور ، وقد لا يستخدم ، حسب طبيعة المكان ، وعدد جمهور المتلقين ، ويحتل هذا النوع من الإتصال موقفاً وسطاً بين الإتصال الشخصى والإتصال الجماهيرى .

ويتطلب الإتصال الجمعى إعداداً مسبقاً ، من حيث إعداد الرسالة والمكان ، وتحديد الموعد ، وبالتالى يتطلب مجهوداً أكثر من الإتصال الشخصى ، الذى يأتى عفوياً فى كثير من أنماطه .

ويميز البعض بين نوعين من الإتصال الجمعى ، هما الإتصال بالجماعات الصغيرة Micro Group والإتصال بالجماعات الكبيرة .

٤ - **الإتصال الجماهيرى : Mass Communication**

ويتميز باستخدام وسائل تكنولوجية معقدة ، كالطباعة والإذاعة والتليفزيون والسينما وغيرها ، ويعرف أيضاً بالإتصال الإعلامى حيث يتم من خلال وسائل الإعلام المعروفة .

ويتميز جمهور وسائل الإعلام بالضخامة ، وعدم التجانس ، والانتشار ، ولذلك أطلق عليه "جماهيرى" (Mass) ، كما يتميز بتنوع وتعدد رسائله ، من تثقيفية وترفيهية ، وأقناعية ... وغيرها ، وهو إتصال مصنوع يستخدم وسيطاً والمرسل هنا لا يعرف تحديداً مستقبلية ، ولا يستطيع التعرف على رد فعلهم بصورة فعلية أو مباشرة ، وأهم مزاياه قدرته على إنتاج رسائل متعددة ، وتوصيلها إلى أفراد كثيرين فى أماكن متباعدة فى وقت واحد .

وحينما يزيد عدد المتلقين للرسالة الإعلامية بشكل كبير ، تحدث تغييرات جذرية على عملية الإتصال ، على القائم بالإتصال أن يكيف نفسه

لمواجهتها ، أهم تلك التغييرات نقص التفاعل بين المرسل والمتلقى ، والتغييرات التى تطرأ على طبيعة رجع الصدى من الجمهور ، ونتيجة للثورة الإلكترونية زاد استخدام الإتصال الجماهيرى وأصبحنا جميعاً نستخدم وسائل الإعلام وأصبح علينا أن نعرف خصائصها وكيف تؤثر علينا[1] .

ويضيف البعض إلى الأشكال الأربعة السابقة شكلاً آخر وهو الإتصال الثقافى Inerculturalcommunication ويقصدون به ذلك الإتصال الذى يحدث بين الدول أو الشعوب أو الثقافات ، وأرى أن هذا الإتصال يدخل ضمن الإتصال الجماهيرى والذى لم يعد يحدث داخل الدولة فقط وإنما - نتيجة للتطور التكنولوجى وانتشار الأقمار الصناعية - يحدث أيضاً على المستوى العالمى ، فالإتصال الجماهيرى هو - فى أحد أشكاله - إتصال عالمى ثقافى .

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ، ص٦٤ .

أهداف .. أم وظائف؟

يخلط الكثيرون بين أهداف وسائل الإتصال ، ووظائفها ، والحقيقة أنهما مختلفان ، فالأهداف تتعلق بالمؤسسة الإتصالية ... أما الوظيفة فتتعلق بالأفراد المستخدمين للوسيلة الإتصالية أو المشاركين فى الإتصال المباشر ، وتتعلق أيضاً بمردود العملية الإتصالية على المجتمع ، ليس معنى ذلك أن الفرد يستخدم الإتصال بلا هدف ، ولكن غالباً ما يهتم أكثر بناتج تحقيق الهدف أو ما يمكن أن نسميه "الوظيفة" .

وقد تلتقى الوظائف والأهداف فى نقاط مشتركة ، وقد لا يلتقيا ، وكلما كان هناك نقاط مشتركة كثيرة بينهما ، كلما زادت فاعلية عملية الإتصال ، وعظم دوره فى المجتمع .

أهداف الإتصال :

كما يعتبر "هاولد لازويل H. Laswell" أول من لفت الأنظار إلى الإهتمام بدور الإتصال وما يؤديه بالنسبة للمجتمع ، فانه أيضاً من أهم من فرقوا بين الأهداف والوظائف ... حيث حدد أهداف الإتصال فى :

١ - مراقبة البيئة : Surveillance

فمن أهداف الإتصال فى المجتمع مراقبة البيئة وما يجرى فيها وخارجها والمراقبة ليست غاية فى حد ذاتها ، وإنما هى وسيلة لتوفير المعلومات والبيانات اللازمة التى تساعدى المجتمع على اتخاذ القرارات المناسبة .

وتعتبر مراقبة البيئة من أقدم أهداف العملية الإتصالية ... تقول "جيهان رشتى" فى كتابها الأسس العلمية لنظريات الإعلام :

"إن مهام الإتصال التى وجدت فى المجتمعات القديمة هى نفسها الموجودة فى المجتمعات الحديثة ، الفرق الوحيد بين مهام الإتصال القديمة والحديثة أن وسائلنا الحديثة أصبحت أكثر تطوراً ، وأصبحت الدولة حالياً والحكومات القومية تشارك عن طريق ممثليها فى التأثير على حياة القرية ، وأصبحت الأهداف القومية تحدد إلى حد كبير وتؤثر على القرارات المحلية ... ففى نظام الإتصال القديم ، عهدت القبائل البدائية بتلك المهمة إلى الأفراد ، فقام بعضهم بوظيفة الحراس

الذين يحيطون القبيلة علماً بالأخطار المحيطة والفرص المتاحة" .

٢ - **الترابط : Correlation**

إحداث الترابط بين أعضاء المجتمع هو الهدف الثانى للعملية الإتصالية عند لازويل ، وهذا الترابط يؤدى إلى تحقيق هدف أكبر وهو إيجاد الرأى العام ، فبدون الترابط لا يتكون الرأى العام خاصة تجاه القضايا المجتمعية الكبرى .

ويدخل فى إطار هذا الهدف ، ما أسمته "جيهان رشتى" مساعدة النظام الإجتماعى ، وذلك بتحقيق الإجماع أو الاتفاق بين أفراد الشعب الواحد ، عن طريق الإقناع وليس العنف ، بمعنى الاعتماد أساساً على الإقناع فى السيطرة على الجماهير وضمان قيامهم بالأدوار المطلوبة .

٣ - **نقل التراث الإجتماعى من جيل لآخر :**

وهو من أهم أهداف العملية الإتصالية ، وهو أساس استمرار وتطور المجتمع ، ونقل التراث إلى

الأجيال الجديدة يدعم ثقافة المجتمع ويحفظها أمام تيارات الثقافات الأخرى .

٤ - **التنمية :**

ويؤكد ولبورشرام على هدف التنمية ... مشيراً إلى أن وسائل الإعلام تهدف إلى تهيئة المجال لعملية التنمية ، بما تبثه من أفكار جديدة حولها ، وبما تحشده من تأييد له .

وقد لخص د. فاروق أبوزيد[١] فى هذا الإطار هدف الإعلام فى مجالين أثنين : الأول : أن يقوم بدور المنبه للتنمية ، من خلال إثارة إهتمام المواطنين بالقضايا المتعلقة بالتنمية ، والثانى : حشد الدعم الشعبى للتنمية التى تفقد مضمونها دون مشاركة شعبية فعلية .

(١) فاروق أبوزيد ، "التحديات الإعلامية العربية - مقارنة بين عقدى الخمسينيات والثمانينات" ، مجلة المستقبل العربى ، العدد ١٢٨ ، ١٩٨٩ ، ص٧٩ .

٥ - **الدبلوماسية المعلنة وغير الرسمية بين الدول :**

وهى من الأهداف الحديثة لوسائل الإتصال الجماهيرية ، فرضتها الظروف الدولية وطبيعة النظام العالمى الجديد .

فوسائل الإعلام الجماهيرية يمكن أن تلعب دور الدبلوماسية غير الرسمية والمعلنة بين الدول ، وبالذات فى أوقات الأزمات ، حين يشارك مندوبو أو مراسلو الصحف ووكالات الأنباء فى المؤتمرات الصحفية مع الزعماء والقادة والسياسيين المعنيين بالقضية لكى يطرح هؤلاء الزعماء وجهة نظرهم فى المواقف أو الأزمة ، فيتلقاها الطرف الآخر ويرد عليها فى مؤتمر صحفى .

مثال ذلك ما تم فى شهر يناير ١٩٨٦ أثناء الأزمة الليبية الأمريكية وفى العلاقات المصرية الإسرائيلية قبيل مبادرة السادات للسلام فى نوفمبر ١٩٧٧ ، والعلاقات الأمريكية الروسية ، والأزمة الفرنسية الليبية حول تشاد سنة ١٩٨٤-١٩٨٥ ،

وخلال الحرب العراقية الإيرانية التى استمرت من عام ١٩٨٠ وحتى ١٩٨٨ ، وخلال أزمة حرب الخليج بين العراق والكويت ١٩٩٠ وحتى ١٩٩١ ، وغيرها[1] .

ونحن نضيف إلى هذه الأهداف هدفاً آخر وهو :

٦ - **التنشئة الإجتماعية والثقافية والسياسية :**

فما تقدمه العملية الإتصالية من مضامين مختلفة ، يجب أن يكون من ضمن أهدافه ، بل على رأس تلك الأهداف ، المساعدة فى تنشئة أفراد المجتمع فى كافة النواحى وخاصة الأطفال والشباب منهم ، والتنشئة الإجتماعية تساعد على الترابط ، ويرتبط بهذا الهدف الأهداف التربوية والتعليمية والتثقيفية المتعددة .

---

(١) محمود عبدالرؤوف كامل ، "مقدمة فى علم الإعلام والإتصال بالناس" ، القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٩٥ ، ص٧٩ .

وظائف الإتصال :

وهى ما يتحقق للفرد من إشباعات وحاجات مختلفة نتيجة إشتراكه فى العملية الإتصالية .

والإتصال - كما أوضحنا - نسق حياة ، وأساس الحياة الإجتماعية ، فلا يستطيع فرد أن يحيا حياة سوية بدون أن يتصل مع نفسه ، ويتواصل مع الآخرين ، ولا يمكن للجماعات أن ترسى نظاماً إجتماعياً بغير وسيلة متفق عليها للإتصال ، كما أن الإتصال لازم لاستقرار الأمم وتدعيمها ونقل تراثها من جيل إلى جيل ، ومع التطور التكنولوجى ، تطورت وسائل الإتصال ، واتسعت وظائفها وأصبحت هذه الوسائل تلاحق الإنسان فى العصر الحديث أينما كان ، تلاحقه بهدف ، ويسعى الإنسان إليها لتحقيق فوائد معينة .

وهناك علاقة وثيقة بين نجاح الفرد فى تحقيق أهدافه من الإتصال وبين فاعلية عملية الإتصال ، وهنا تقول "جيهان رشتى"[(١)] :

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٦٦ .

"هناك رأى يقول إن الضعف الذى يشوب عملية الإتصال أو الفشل فيها ، قد يرجع إلى أحد سببين : الأول : ضعف قدراتنا نتيجة لعجزنا عن تحديد هدفنا ، والثانى : سوء فهمنا للهدف الحقيقى من مساهمتنا فى عملية الإتصال" .

وتتعدد وظائف الإتصال فى المجتمع وتتنوع بتعدد وتنوع حاجات الإنسان والمجتمع ، وأهم الوظائف التى يسعى الفرد لتحقيقها عن طريق العملية الإتصالية :

١ - **الإشباع النفسى والمعنوى والإجتماعى :**

يطرح "كاتز وبلومر" رؤية مؤداها أن الناس لا يتعاملون مع وسائل الإتصال بشكل سلبى وإنما يتعاملون معها لإشباع حاجات وتوقعات معينة لديهم ، يسعون لتحقيقها من خلال تعرضهم لما تبثه أو تكتبه تلك الوسائل ، كما أن الأفراد لا يتعاملون مع وسائل الإعلام باعتبارهم أفراداً منعزلين عن واقعهم الإجتماعى وإنما باعتبارهم أعضاء فى مجتمع منظم له قيمه وعاداته وثقافته الواحدة[1] .

(١) حمدى حسن ، "الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩١ ، ص١٩ .

ويحصل الجمهور على المنفعة قبل وأثناء وبعد التعرض لوسائل الإتصال ، فترقب التعرض لحدث هام يوفر مجالاً للحديث والإتصال الإجتماعى ، وأثناء التعرض قد يجد الأفراد منافع إجتماعية ونفسية تنشأ من تفاعلهم مع محتوى وسائل الإعلام ، وبعد التعرض ، إذا ما تحدث شخص عن أشياء سمعها أو شاهدها أو قرأها فإنه فعلياً يعكس أو يدخل المعلومات التى حصل عليها فى سلوكياته الإجتماعية والنفسية ، ومن ثم تتقق لديه منافع بعد التعرض لمحتوى وسائل الإتصال ، ويمكن القول أن هذه الوظيفة تشمل كل الوظائف الأخرى .

٢ - التعليم والتثقيف :

من الوظائف التى يحققها الفرد من العملية الإتصالية ، وتسهم وسائل الإتصال فى العملية التعليمية سواء بطريقة مباشرة عن طريق البرامج التعليمية والدوائر التليفزيونية المغلقة والقنوات التعليمية الفضائية ، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق ما تقدمه من دراما تجذب إليها الجماهير على اختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية .

والتعليم وسيلة من وسائل التثقيف ، وعنصر من عناصر الثقافة .

٣ - التسلية والترفيه :

جزء كبير من تعرضنا لوسائل الإتصال يكون بهدف الترفيه والتسلية ، وهى من الأهداف المشتركة بين المؤسسة الإتصالية والجمهور .

والترفيه ليس شيئاً ثانوياً فى حياة الأفراد وإنما أصبح ضرورياً ، خاصة فى العصر الحالى الذى يتسم بالقلق والتوتر .

٤ - إكتساب مهارات جديدة :

من الوظائف التى تحققها العملية الإتصالية للفرد هى إكسابه مهارات جديدة تزيد من خبراته فى الحياة ، أو تنمية المهارات الموجودة لديه بالفعل .

وتعلم المهارة لابد أن يسبقه أساس معرفى ، واكتساب المهارة يتطلب التدريب عليها ، وإتقان المهارة يتطلب سرعة فى الأداء ، كما يستلزم نوعاً من

التفاعل ، وحتى يتحقق كل ذلك لابد أن يتصل الفرد بالآخرين .

٥ – **الحصول على المعلومات الجديدة :**

تلك المعلومات التى تساعد الفرد على فهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث ، لكى يستطيع التعامل معها ، والتى تتيح له إضافة حقائق جديدة إلى حصيلته المعرفية ، وتساعده على اتخاذ القرارات والتصرف بشكل مقبول إجتماعياً ، ولكى يحصل الفرد على المعلومات من العملية الإتصالية ينبغى أن يكون واعياً معرفياً بكل مكوناتها ، وعلى الفرد أن يتعامل بحذر مع الكم الهائل من المعلومات التى تأتيه من كل صوب .

وتبعاً لنظرية "التنافر المعرفى" التى قدمها "ليون فستنجر" ١٩٥٧ فان استقبال الفرد لمعلومات غامضة أو غير كافية أو غير مناسبة أو متناقضة يخلق حالة من التوتر عنده تدفعه إلى السعى إلى اختزالها ، وحينما يحدث التنافر – وغالباً ما يحدث كلما ازدادت المجتمعات تحضراً – يتوجه الفرد إلى

الحصول على معلومات جديدة تختزل أو تخفف هذا التنافر عن طريق تغيير أحد العناصر المعرفية ، أو إضافة عناصر جديدة ، أو تقليل أهمية بعض العناصر .

ولكن الإنسان بطبعه يميل إلى تجنب الغموض والتنافر بسبب نزعته إلى التناسق والاتزان في المعلومات ، من هنا فقد حاولت نظرية "التناسق المعرفي" التي طورها "نيوكمب" ١٩٥٣ ، ١٩٦١ وصف كيف أن الأفراد يسعون إلى المواءمة بين المعلومات المتباينة في إدراكهم لعالمهم الإجتماعي[١] .

---

(١) طلعت منصور ، "سيكولوجية الإتصال" ، الكويت : مجلة عالم الفكر (المجلد الحادى عشر) ، ١٩٨٠ ، ص١٤٦ .

الفصل الرابع

عناصر العملية الإتصالية

* المرسل
* الرسالة
* الوسيلة
* المستقبل
* رجع الصدى

الفصل الرابع
عناصر العملية الإتصالية

للإتصال عناصر خمسة متداخلة ومتكاملة ، ولا يتم الإتصال إلا بوجود هذه العناصر الخمسة وبشرط أن يكون بينهم تفاعل .

وهذه العناصر : (المرسل - الرسالة - المستقبل - الوسيلة - رجع الصدى) .

ويمكن تمثيل عملية الإتصال من خلال عناصرها الخمسة فى الشكل التالى :

ويلاحظ من هذا الشكل أن المرسل (١) يقوم بوضع فكرته المراد نقلها فى صورة رموز (كود) فتصبح لديه رسالة (٢) تأخذ طريقها عبر وسيلة (٣) إلى المستقبل (٤) الذى يقوم بدوره بفك رموز الرسالة ويتفاعل معها وينتج عن هذا التفاعل رجع صدى (٥) يصل إلى المرسل الذى يحدد موقفه ومدى نجاحه فى التعبير عن فكرته .

أولاً : المرسل :

وهو القائم بالإتصال ، وقد يكون فرداً كما فى الإتصال الذاتى والإتصال الشخصى والإتصال الجماعى ، كما قد يكون أكثر من فرد كما فى الإتصال الجماعى والإتصال الجماهيرى .

والمرسل هو أول أطراف العملية الإتصالية ، وهو صاحب الفكرة ، يقوم بوضع أفكاره فى رموز معينة (كود) ، ولابد أن تكون الفكرة واضحة فى ذهنه أولاً ، وأن يحسن التعبير عن هذه الفكرة ، وأن يتخير أفضل الرموز لتوصيلها وأن يراعى طبيعة الوسيلة التى سيستخدمها ، وأهم من هذا كله - أو قبله - مراعاة ظروف وخبرات المستقبل ، فالمرسل أو القائم بالإتصال الناجح هو القادر على "التعاطف" بمعنى أن يضع نفسه مكان الآخرين حتى يتفهم مشاعرهم وإتجاهاتهم ،

وبناء عليه يستطيع أن يضع فكرته بطريقة مناسبة يستطيع المستقبل استيعابها بسهولة والتفاعل مع مضمونها ، وهنا تأتى أهمية الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل ، فكلما أتسع مجال تلك الخبرة كلما كانت العملية الإتصالية أكثر فاعلية .

ولا نحتاج فى هذا المجال إلى التأكيد على أهمية صدق الرسالة ، فالصدق أكثر الطرق وصولاً إلى الإقناع ، ولو عرف عن مصدر ما أنه يكذب أنصرف عنه المستقبلون حتى لو كان صادقاً .

وهناك عدة مراحل لتصديق المصدر ، توردها د. "جيهان رشتى" بناء على اقتراحات "ماكروسكى" "ولارسون" "وكاب" على النحو التالى[1] :

المرحلة الأولى :

هناك التصديق المبدئى ، أى التصديق المسبق الذى نشعر به قبل أن يبدأ المصدر فى تقديم الرسالة ، ويتحدد هذا التصديق بالتجارب السابقة والمظهر الشخصى .

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ، ص٥٠٧ .

المرحلة الثانية :

التصديق النابع من الظرف الإتصالى ، ويتحدد بناء على خصائص المصدر التى ندركها أثناء الحدث الإتصالى ، وتشير د. "جيهان رشتى" إلى ذلك باصطلاح "التصديق النابع من الظرف" ، فالمصدر ينقل دلالات لفظية وغير لفظية ، تشير بخصائص مثل جدارته بالثقة ، كفاءته ، ديناميكيته .

المرحلة الثالثة :

التصديق النهائى ، والتى تتم فى نهاية الإتصال ، وفيها يكوّن المتلقى صورة نهائية عن المصدر ، بعد الإدراك الاجمالى أو الشامل للموضوع والمصدر .

ويتوقف نجاح القائم بالإتصال فى توصيل رسالته على عدة إعتبارات أهمها :

(١) مهاراته الإتصالية :

وهى خمس مهارات أساسية ، اثنتان منها متعلقتان بوضع الفكر فى كود وهما الحديث والكتابة ... واثنتان متعلقتان بفك الكود وهما القراءة والاستماع ، أما المهارة الإتصالية الخامسة فهى القدرة على التفكير ووزن الأمور وزناً صحيحاً ، وتؤدى هذه المهارات الإتصالية إلى

التعبير الصحيح ، كما تؤثر فى كفاءة توصيل الأفكار والمعلومات[1] .

وعلى القائم بالإتصال أن ينمّى دائماً مهارات الإتصال لديه ، ومن هذه المهارات القابلة للتنمية :

أ - فهم الذات :

والذى يمثل أساساً لفهم الآخرين ، ويدخل ضمن فهم الذات معرفة قدرات الفرد وإمكانياته ، ويرتبط بفهم الذات القدرة على تنميتها ، وإذا لم يكن الإنسان واعياً بذاته ، فاهماً لإمكانياته فلن يتمكن من الإتصال بالآخرين ، ولن يكون قادراً على نقل رسالته بصورة سليمة ، ويمكن فهم الذات وتنميتها عن طريق التأمل الذاتى ، والتفكير ، والبحث .

ب- فهم الآخرين :

ويتطلب ذلك أن يضع الفرد نفسه مكان الآخرين، والاحتكاك بالمجتمع الذى يعيش فيه، وتمثل

---

(١) يوسف مرزوق ، "مدخل إلى علم الإتصال" ، القاهرة : الأنجلو المصرية ، ١٩٨٦ ، ص٤٦ .

قيمه وأفكاره ، ويرتبط بذلك المقدرة على فهم الحالة الذهنية للآخرين وهو ما يطلق عليه التقمص الوجدانى Empathy ، والذى يتيح لنا التعرف على توقعات الآخرين ، والتنبوء برد فعلهم على ما نقدمه لهم من رسائل .

ويعتبر عالم الإجتماع الأمريكى "دانييل لرنر" أن المقدرة على التقمص الوجدانى تساعد على انتقال المجتمع من الشكل التقليدى إلى الشكل الحديث .

وتقوم وسائل الإعلام فى العصر الحالى بنقل العالم الخارجى إلى الأفراد حيث هم ، فيتعرفون على المجتمعات الأخرى وعاداتها وتقاليدها ، وعلى ذلك فالتعرض لوسائل الإعلام يساعد على فهم الآخرين .

جـ- تنمية القدرة على التعبير :

إذا أحسن القائم بالإتصال فهم ذاته ، وفهم الآخرين ، أصبح من السهل عليه ، فهم واستيعاب الفكرة المراد توصيلها ، وعليه أن يكون قادراً على التعبير عنها ، وحتى يتأكد من قدرته على التعبير عليه

أن يكتب فكرته على ورقـة ، أو علـى الأقل العنـاصر الرئيسية لتلك الفكرة ، وأن يتخير رموز رسالته بحيـث تكـون مناسـبة للمتلقـى يسـهل فهمهـا واسـتيعابها ، وأن يعبر عن فكرته بشكل واضح ومختصر وسهل .

د - تنمية القدرة على الاستيعاب والتلقى :

فالقائم بالإتصال لا يقوم دائماً بالإرسال ، وإنمـا يكون متلقياً فى أحيان كثـيرة ، وعليـه أن يسـتمع جيـداً إلـى الطـرف الآخـر وأن يتلقى وجهـة نظـر الآخريـن ويضعها فى الاعتبار .

(٢) إتجاهات المصدر :

فإتجاهات المصدر تؤثر علـى إتصالـه بشـكل مباشـر ، وعلى الباحث المهتم بدراسة الإتصال أن يحدد منذ البداية ، ما إذا كانت إتجاهات القائم بالإتصال نحو نفسه أو نحـو الرسـالة أو نحو الجمهور سلبية أم إيجابية .

وإتجاهات المصدر تحدد موقعه من الرسـالة ، ويتحـدد ذلك الموقف بمـدى إيمـان المصـدر بأهميـة الرسـالة واقتناعـه بفكرتهـا وموضوعهـا ، ويسـبق الموقـف مـن الرسـالة موقـف

المصدر من نفسه ، بمعنى مدى ثقته بنفسه والتى تؤثر على الرسالة وفاعلية توصيلها للجمهور وهناك أيضاً موقف المصدر من الجمهور الذى يتوجه إليه ، والذى يؤثر على الكيفية التى يوجه بها رسالته وطريقة صياغته للرسالة .

(٣) مستوى معرفة المصدر :

ويقصد به معرفته للموضوع ، فنحن لا نستطيع أن ننقل بفاعلية مضموناً لا نفهمه ، كما أنه من ناحية أخرى إذا كانت معرفة المصدر عالية المستوى ، أو متخصصاً جداً ، فقد لا ينجح فى نقل المعانى المطلوبة لعدم قدرته على التبسيط ، واستخدام تعبيرات فنية لا يستطيع المتلقى أن يفهمها .

(٤) النظام الإجتماعى والثقافى الذى يعمل فيه المصدر :

القائم بالإتصال جزء من المجتمع ، يتأثر بما يدور حوله ، ولا يعمل من فراغ ، فالنظام الإجتماعى والسياسى يؤثر على القائم بالإتصال ، بالإضافة إلى عوامل أخرى أهمها[1] :

---

(١) يوسف مرزوق ، المرجع السابق ، ص٤٨ .

- الحاجة إلى المحافظة على قيم المجتمع وتقاليده .
- تحقيق الإجتماع والاتفاق على الأهداف الأساسية .
- الاعتبارات الذاتية ، مثل طموح القائمين بالإتصال ، أو تحيزاتهم الشخصية ، وإطارهم الدلالى .
- الضغوط المهنية مثل الاعتبارات الميكانيكية والزمنية وسياسة الناشر أو المؤسسة الإتصالية .
- الجمهور ، حيث أن القائمين بالإتصال فى حاجة شديدة إلى معرفة جمهورهم .

والتأثير متبادل بين المصدر والنظام القائم ، فكل منهما يؤثر فى الآخر .

ولا تقل دراسة القائم بالإتصال أهمية عن دراسة باقى عناصر الإتصال ، ولا تحظى هذه الدراسات بالإهتمام الكافى فى مصر ، حيث تركز معظم الدراسات الإعلامية على المضمون (الرسالة) ، على الرغم من أن دراسات القائم بالإتصال ظهرت مبكراً فى الدول الغربية وبالتحديد فى ١٩٣٧ بالولايات المتحدة ، حيث قام "ليورستن" بدراسة عن مراسلى "واشنطن بوست" تناولت العوامل السيكولوجية التى تؤثر فى عمل المراسل الصحفى .

وأشـهر الدراسـات عـن القـائم بالإتصـال هــى دراسـة "ديفيد مـانج وايـت" (D.M. White) عـام ١٩٥٠ والمعروفـة باسم نظرية حارس البوابة (The Gate Keper) .

ثانياً : الرسالة :

وهى المضمون والفكرة المراد توصيلها إلى المتلقى ، وهى جوهر عملية الإتصال ، ويجب أن تصاغ الرسالة بطريقة يفهمها المتلقى ويستطيع فك رموزها بسهولة ، ويتطلب ذلك دراسة الجمهور دراسة واعية للتعرف على خبراته واحتياجاته ، وأيضاً دراسة الجوانب السيكولوجية للجمهور ، ويجب أن تحوى الرسالة كمية من المعلومات تتناسب وموضوع الرسالة ، وأن تجيب على أسئلة المتلقى أو معظمها .

وقد يكون الهدف من الرسالة ظاهراً وواضحاً ، وقد يترك الهدف ليستخلصه المتلقى ويكون هنا هدفاً ضمنياً .

وهناك عدة اعتبارات تتعلق بفاعلية الرسالة[١] :

١ - **الوضوح مقابل الضمنية :**

تشير نتائج الدراسات إلى أن الإقناع يصبح أكثر فاعلية إذا حاولت الرسالة أن تذكر نتائجها أو

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٤٨٨ .

أهدافها بوضوح بدلاً من أن تترك للجمهور عبء استخلاص النتائج بنفسه .

وتجدر الإشارة إلى أن فاعلية الرسالة تذهب إلى أبعد من مجرد مشكلة الوضوح والضمنية ، وهى تتوقف على ظروف أخرى كثيرة مثل مستوى ذكاء وتعليم المتلقى ، درجة صلة الموضوع بالذات أو أهمية الموضوع ، نوع القائم بالإتصال .

فكلما زاد ذكاء المتلقى وتعليمه كلما كان من الأفضل ترك الهدف ضمنى ، ومن ناحية أخرى فإن الفرد الأقل ذكاء وتعليماً قد لا ينجح وحده فى الوصول إلى النتائج الصحيحة ، كذلك إذا كان الموضوع هاماً للفرد فسوف يكون لديه معلومات كثيرة عنه وسوف يدقق فى فحص حجج القائم بالإتصال ، وفى هذه الحالة يصبح تركه ليستخلص النتائج بمفرده أكثر فاعلية ، كذلك إذا كان القائم بالإتصال محل شكوك فإن تأثيره سوف يقل إذا قدم هدف الرسالة بشكل محدد .

٢ - تقديم الرسالة لأدلة وشواهد :

تشير بعض الدراسات إلى أن تقديم القائم بالإتصال أدلة وشواهد تدعم رسالته يزيد تأثير الرسالة ، فى حين وجدت دراسات أخرى أن الرسائل التى تستخدم شواهد وأدلة لا تختلف فى قدراتها الاقناعية عن تلك التى لا تقدم شواهد وأدلة ، وبشكل عام هناك بعض التعميمات التى يمكن أن نقدمها بالنسبة لتأثيرات تقديم الأدلة[1] :

- استخدام الأدلة فى الرسالة متصل عن قرب بإدراك المتلقى لصدق المصدر ، وكلما زاد صدق المصدر كلما قلت الحاجة لمعلومات تؤيد أو تدعم ما يقوله .
- بعض الموضوعات تحتاج لأدلة أكثر من غيرها .
- التقديم الضعيف للرسالة يقلل من وقع أى دليل .

(١) جيهان رشتى ، المرجع السابق ، ص٤٨٩ .

- تقديم أسانيد يكـون وقعـه أكـبر بكثـير علـى الجمـاهير الذكيـة أى الذيـن يتوقعـون إثبـات للأفكار التى تقدم إليهم .
- معرفـة أو اعتيـاد الجمهور للدليل سـيقلل مـن وقعه .
- حينمـا يقتبـس مصـدر دليـلاً مـن موضـوع خـاص ، يجـب أن تظهـر أسـانيده أن هـذا الموضوع له صلة بما يقوله ، وأن هذه الأسانيد جاءت من مصدر مقبول ، ولكن إذا بـدا الدليـل غير متصل وغير مقبول فلن يأخذ المتلقـى تلـك الرسالة فى اعتباره .

٣ - عرض جـانب واحـد مـن جوانـب الموضـوع مقـابل عرض الجانبين المؤيد والمعارض :

لخص "هوفلاند وجانيس وكيلى" مزايا الرسائل التى تعرض جانباً واحداً من الموضـوع ، وتلـك التـى تعرض الجانبين ، فيما يلى :

أ - أن عـرض جـانبى الموضـوع - المؤثـر والمعـارض - يكـون أكـثر فاعليـة علـى المـدى

الطويل من عرض جانب واحد وفى الأحوال الآتية :

- حينما يتعرض الجمهور - بصرف النظر عن رأيه الأصلى - للدعاية المضادة بعد ذلك .
- أو حينما لا يتفق رأى الجمهور أصلاً مع وجهة نظر القائم بالإتصال بصرف النظر عن تعرضه بعد ذلك للدعاية المضادة .

ب- أن تقديم جانب واحد من الموضوع يكون أكثر فاعلية من تقديم جانبى الموضوع إذا كان الجمهور يتفق أصلاً مع موقف القائم بالإتصال ، ولا يتعرض بعد ذلك للدعاية المضادة .

وتضيف د. "جيهان رشتى" إلى ذلك أن تقديم جانبى الموضوع يكون أكثر فاعلية حينما[1] :

---

(١) جيهان رشتى ، المرجع السابق ، ص٥٠٧ .

- لا يكون الجمهور مدركاً بأن القائم بالإتصال يرغب فى التأثير عليه .
- يكون أعضاء الجمهور أكثر ذكاءً .
- يرغب القائم بالإتصال فى أن يبدو موضوعياً .

بينما يكون تقديم جانب واحد من الموضوعات أكثر فاعلية فى حالة :

- يكون أفراد الجمهور من ذوى التعليم البسيط والذين يحتمل أن يؤدى استماعهم إلى جانبى الحقيقة إلى حدوث أثر عكسى .
- إحاطة الجمهور علماً بنية القائم بالإتصال فى إقناعه .
- أن يكون إتجاه الجمهور بشكل عام ، إيجابى نحو المصدر .

٤ - ترتيب الحجج الإعلامية :

بمعنى أى حجج ستقدم فى بداية الرسالة وأيها سيقدم فى نهايتها ، والحقيقة أنه ليس هناك رأياً قاطعاً فى هذا الموضوع ، فبينما أظهرت نتائج بعض الدراسات أن الحجج التى تقدم فى بداية الرسالة تترك تأثيراً أكبر من تلك التى تقدم فى نهاية الرسالة ،

أظهرت دراسات أخرى عكس هذه النتائج ، ويتوقف ترتيب الحجج على عوامل عدة منها طبيعة الجمهور ، ونوعية الموضوعات ، وليس هناك قانون عام فى ترتيب الحجج .

٥ - تأثير استخدام الإتجاهات الجديدة ، والإتجاهات الموجودة :

تشير الدراسات إلى أن الرسالة تصبح أكثر فاعلية وتأثيراً عندما تعمل مع الإتجاهات الموجودة بالفعل ، بعكس الرسالة التى تعمل على خلق إتجاهات جديدة وتحس الجماهير على إتباع أساليب جديدة لإشباع احتياجاتهم .

٦ - تأثير رأى الأغلبية :

يميل الفرد إلى تصديق الرسائل التى تتفق ورأى الأغلبية ، بينما يتنافر مع الرسائل التى تتفق ورأى الأقلية .

وأثبتت الدراسات أنه كلما كانت الآراء التى تتضمنها الرسالة متفقة مع الآراء السائدة فى الجماعة

التى توجه إليها ، كانت أكثر تـأثيراً على الفرد سواء بـالقبول للجماعـة التـى ينتمـى إليهـا ، فكلمـا كـان هـذا الولاء قوياً ، كلما عظم تأثير هذا العنصر[1] .

٧ - **تأثير التكرار :**

يـؤدى تكـرار الرسـالة إلـى إقنـــاع الجمـــاهير ، ويراعـى أن يكـون التكـرار متنوعـاً وليـس ممـلاً حتـى لا يؤدى إلى نتيجـة عكسية ، إلا أن التكـرار وفاعليتـه ليس عملية مطلقة ، فبعد عـدد مـرات محـددة يقـل أثـر التكرار .

٨ - **تأثيرات المصدر على الرسالة :**

مصداقيـة المصـدر عـامل أساسـى فـــى فاعليـة الرسـالة ، كمـا أن ثقـة الجمهـور فـى المصـــدر تحـدد فاعلية الرسالة ، ويثق الجمهور فـى المصـدر إذا أنـس إليه وأحس بالأمن والطمأنينة تجاهه ، كما أن مؤهلات المصدر وخبراته تؤثر على مدى الثقة فيه .

---

(١) سيد بهنسى ، "الإتصـال بالجمـاهير" ، القـاهرة : دار أبوالمجد للطباعـة ، ١٩٩٢ ، ص٥٧ .

ولقد أثبتت التجارب أن "المصادر" التى يعتبرها الجمهور صادقة ، ومصدر ثقة تسهل عملية الإقناع ، فى حين أن المصادر التى ينظر إليها الجمهور نظرة سلبية ، تشكل عائقاً يمكن التغلب عليه جزئياً بمرور الوقت ، فمضمون الرسالة يرسخ فى الذهن مع مرور الوقت فى حين ينسى الأفراد مصدر الرسالة ، ونستطيع أن نستنتج من هذا أن مرور الزمن يضعف تأثير كل من المصدر المرتفع والمنخفض التصديق ، فالمصدر "مرتفع التصديق" قد يفقد بعض قدرته على الإقناع بمرور الوقت ، والمصدر الأقل تصديقاً قد ينساه الجمهور ويتذكر فقط رسالته[١] .

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٥١١ .

ثالثاً : الوسيلة :

يحتاج أى إتصال إلى "وسيلة" لتوصيل الرسالة من المرسل إلى المستقبل ، وقد تكون الوسيلة طبيعية كما فى الإتصال الشخصى والجمعى ، وقد تكون صناعية كما فى الإتصال الجماهيرى الذى يعتمد على وسائل تكنولوجية .

ولقد شهدت بدايات القرن العشرين تقدماً هائلاً فى وسائل الإتصال الجماهيرى فظهرت السينما ، وتم أول إرسال تليفزيونى ، وانتشرت أجهزة الراديو ، وأصبحت المجتمعات أكثر إتصالاً ببعضها البعض .

وساعد على تقدم وسائل الإتصال فى القرن العشرين نشوب الحرب العالمية الأولى والحرب العالمية الثانية ، ثم الثورة التكنولوجية والصناعية ، وما استتبعه من أتساع أفق الأفراد ، واختزال الإنعزال العقلى لهم .

فى البدء كانت الكلمة ، شفهية ، ثم كتابة ، وظلت الكلمة هى الأصل فى أى وسيلة إتصال فيما بعد ، وساعد على انتشار الكلمة المكتوبة إختراع "يوحنا جوتنبرج" للطباعة ، وتوالت بعد ذلك الإكتشافات والإختراعات لخلق

وسائل إتصال جديدة ، كان من أبرزها اكتشاف الفانوس السحرى عام ١٥٥٨ على يد "ليوناردو دافينشى" ، ثم اختراع "أديسون" للفيلم الخام ١٨٨٩ الذى ينقل صوراً متحركة وهو ما أطلق عليه اسم (Kinetoscope) والذى أدى إلى ظهور فن السينما ، وفى عام ١٨٧٦ أخترع "جراهام بل" التليفون ، ثم اختراع الراديو وانتشاره ، وتبعه الإرسال التليفزيونى عام ١٩٣٦، ثم الفيديو ، وأصبحت وسائل الإعلام تحاصر الإنسان فى كل مكان ، وتلاحقه أينما ذهب ، تنقل إليه ما يحدث فى كل مكان من العالم وهو قابع فى منزله دونما أى عناء .

ولكى تستحوذ أى وسيلة إعلامية على الجمهور وتشد انتباهه ، تمر دورة وسائل الإتصال بست مراحل[1] :

١ - التهيؤ :

بمعنى تحضير الجمهور ذهنياً وعاطفياً ، فنشرات الأخبار تقدم مواجيز للأنباء ، والبرنامج التليفزيونى يبدأ بمقدمة (تتر) ، والكتاب يركز على الغلاف الجذاب ، والصحيفة تستخدم عناوين مثيرة .

---

(١) طلعت منصور ، "سيكولوجية الإتصال" ، الكويت : مجلة عالم الفكر ، (المجلد الحادى عشر) ، ١٩٨٠ ، ص٢٠٣ .

٢ - **الإنتباه :**

بمعنى الأخذ بيد الجمهور إلى الفعل والمشاركة ، ولا يقصد بالانتباه مجرد الإثارة والانبهار ، وأفضل وسيلة لجذب الانتباه هى "ملء الفراغات" بأن نقدم للجمهور صورة غير واضحة المعالم أو عنوان استفهامى ، ويترك الجمهور يتخيل الإجابة وملء الفراغات .

٣ - **العاطفة :**

بمعنى إثارة العواطف ، ويتم هنا التركيز على الأسلوب الدرامى ، والذى يساعد على التقمص الوجدانى للفرد .

٤ - **المعلومات :**

بمعنى تجميع المعلومات عن الموضوع أو الحدث ، ويراعى فى تقديم المعلومات أن تشبع بقدر الإمكان حاجات الجمهور .

٥ – **الاستنباط :**

فلا يتوقف الإنسان عند مجرد الحصول على المعلومات ، بل يذهب إلى أبعد من ذلك حيث يستنبط ويحلل ويستنتج ويكوّن الآراء .

٦ – **الفعل :**

بمعنى استعداد الجمهور لأداء الفعل ، حيث تتطلب الدوافع التى توقظها فينا وسائل الإتصال التعبير عنها بالفعل .

ويمكن ملاحظة ذلك على الأطفال الذين يشاهدون التليفزيون خاصة برامج العنف ، حيث تظهر عليهم علامات كتصبب العرق والعصبية ، ومن ثم يقلد بعضهم أبطال الأفلام خاصة رعاة البقر بعد انتهاء الفيلم مباشرة ، ويجب التأكيد على أن الفعل يختلف باختلاف المادة الإعلامية ، كما يتوقف الفعل على مدى مقاومة الجمهور للمادة الإعلامية .

وهكذا يمر الفرد بست مراحل أثناء تعرضه لأية وسيلة إتصال ، وهى ، التهيؤ ثم جذب الانتباه ، إثارة العاطفة ، جمع

المعلومات ، استنباط الأفكار ، وأخيراً رد الفعل ، وكلها مراحل مترابطة ومتتابعة .

وعموماً فان وسائل الإتصال الحديثة تؤثر تأثير عميقاً على إتجاهات المجتمع ، وعلى الهياكل السياسية ، وعلى الحالة النفسية لبلدان بأكملها ، بل أن تلك الوسائل تستطيع تغيير مسار إحدى الحروب أو إسقاط رئيس أو ملك ، أو رفع شأن الضعيف ، وإذلال القوى المتكبر .

ووسائل الإعلام موجودة فى كل مكان وإن لم يكن لها مكان محدد ، فهى روح ، أو كائن ليس له جسد ولا يشغل حيزاً مادياً وإن كان يشغل كل الأرجاء فى نفس الوقت ، إن الموجات الإلكترونية لوسائل الإتصال تملأ الغلاف الجوى الذى نعيش فيه ، وقد شبه "مارشال ماكلوهان" المحيط الذى تنتشر فيه وسائل الإتصال بالتعريف التقليدى للإله (فى المعتقدات الغربية) بأنه "مركز وجوده فى كل مكان ، وحدوده ليس لها مكان"[1] .

---

(١) تونى شوارتز ، "وسائل الإعلام الرب الثانى" ، ترجمة : الهيئة العامة للاستعلامات ، القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات ، ١٩٨٩ ، ص١٣ .

ويشبه "تونى شوارتز" (Tony Schwartz) فى كتابه (وسائل الإعلام ... الرب الثانى) (Media : The Second God) ، يشبه وسائل الإعلام بالإله الثانى وهذا الإله الثانى مخطئ فى كثير من الأمور ، ونحاول أن نفرض أخلاقيات وسلوك المجتمع على ذلك الإله الذى صنعناه بأيدينا .

ويرى "شوارتز" أن وسائل الإعلام قد أثرت على حياتنا وشكلت معتقداتنا بصورة عميقة كأى دين من الأديان[1] .

ونشير هنا إلى أن هذه رؤية غربية لمجتمع غربى ... ولا نؤمن نحن بتطبيقها على مجتمعنا الإسلامى الذى لا يؤله مع اللّه شيئاً آخر مهما كانت قوة تأثيره .

وتتعدد وسائل الإتصال من صحافة ، وكتاب ، وراديو ، وسينما ، وتليفزيون ، وهى الوسائل الخمس الأكثر إنتشاراً ، ويضيف البعض إليها المسرح ، بينما يرى البعض الآخر أنه

---

(١) تونى شوارتز ، المرجع السابق ، ص١٤ .

أقرب إلى الإتصال المواجهى ، كما أن ارتفاع أسعار دخوله يجعله قاصراً على فئة معينة من الجمهور ، كما أن الفيديو بدأ يدخل فى المنافسة مع وسائل الإتصال ، ولكن تبقى مشكلة إرتفاع سعره وعدم خضوعه للرقابة حائلاً بين انتشاره بصورة جماهيرية .

ولنا أن نتساءل أى أشكال الإتصال أكثر قدرة على الإقناع والتأثير؟ ... الإتصال المباشر أم الإتصال الجماهيرى ، وأى وسيلة من وسائل الإتصال الجماهيرى أكثر تأثيراً من الأخرى؟

الحقيقة أن الإجابة على تلك التساؤلات ليست قاطعة ، وإنما تختلف فاعلية التأثير ودرجة الإقناع طبقاً لعوامل عديدة ، منها الخصائص التى تتميز بها وسيلة الإتصال عن غيرها ، وطبيعة الجمهور الذى تخاطبه تلك الوسيلة ، وأيضاً مدى التكامل أو التنافر مع أشكال الإتصال الأخرى ، ومع بقية الوسائل الإتصالية .

وتشير نتائج الأبحاث التى أجريت فى هذا المجال إلى ما يلى[1] :

- إذا تساوت جميع الظروف – كما هو الحال فى التجارب التى تجرى فى المعمل – فالإتصال الشخصى أكثر قدرة على الإقناع من الراديو ، وهو بدوره أكثر قدرة على الإقناع من المطبوع ، ويمكن أن نضع التليفزيون والفيلم بين الإتصال المباشر والراديو .
- ولكن الظروف الأخرى نادراً ما تتساوى خارج المعمل ، ولذلك يتعرض الأفراد لوسائل الإتصال بطرق مختلفة ، علاوة على أن بعض الموضوعات يحسن تقديمها أكثر بالوسائل البصرية من الوسائل الشفهية ، أو بالوسائل المطبوعة أكثر من الفيلم ، فى حين أنه بالنسبة لموضوعات أخرى لا يظهر هذا الاختلاف .

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٣٦٢-٣٦٣ .

رابعاً : المستقبل :

المستقبل أو المتلقى عنصر هام من عناصر الإتصال ، وهو الذى يتلقى الرسالة ويقوم بفك رموزها ويحللها ويتفاعل معها ويتأثر بمضمونها ، والمتلقى قد يكون فرداً كما فى الإتصال الشخصى ، والإتصال الذاتى الذى يكون الفرد فيه مرسلاً ومستقبلاً فى آن واحد ، كما أن المتلقى قد يكون أكثر من فرد كما فى الإتصال الجماعى والإتصال الجماهيرى .

وتحديد المتلقى يعد أمراً سهلاً فى الإتصال الشخصى والإتصال الجماعى ، ولكن يصعب تحديد المتلقى فى الإتصال الجماهيرى ، وصعوبة التحديد هذه تشكل عقبة فى نجاح العملية الإتصالية ، فإذا لم يكن لدى القائم بالإتصال فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور الذى سيوجه إليه رسالته ، وإذا لم يكن على دراية كاملة بخصائصه الأولية فلن يتمكن من إحداث التأثير المطلوب عليه مهما كانت رسالته معدة جيداً ومنقولة بوسيلة مناسبة .

كما تنبع أهمية الجمهور فى وسائل الإتصال من أنه يؤثر فى القائم بالإتصال ولا يتأثر فقط بما يقدمه .

وهناك أربعة إحتمالات نتوقعها من المستقبل للرسالة[1] :

١ - فهم الرسالة فهماً كاملاً ، بمعنى مشاركة المستقبل للمرسل فى الأفكار والإحساسات التى تنقلها .

٢ - فهم الرسالة فهماً غير كامل ، كأن يفهم أجزاء منها دون الأخرى ، كالمستمع الذى يفهم بعض النقاط من محاضرة .

٣ - فهم الرسالة فهماً خاطئاً ، بسبب تفسير المستقبل للرموز المستخدمة فى ضوء خبراته غير المشابهة لخبرات المرسل ، ومثال ذلك الأفكار الخاطئة التى يخرج بها بعض المشاهدين لأفلام سينمائية تختصر زمن حدوث الأشياء ، فيفهمون أن الأحداث قد وقعت فى وقت مماثل لذلك الوقت الذى استغرقته فى أثناء عرض الفيلم .

٤ - عدم فهم الرسالة البتة ، بسبب استخدام المرسل لرموز غير مألوفة للمستقبل ، كأن يستخدم المرسل كلمات صعبة فوق المستوى اللغوى للمستقبل .

---

(١) فتح الباب عبدالحليم وإبراهيم حفظ الله ، "وسائل التعليم والإعلام" ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٥ ، ص٨٧ .

جمهور وسائل الإعلام :

يمكن حصر بعض الأسباب التى تعرقل معرفة القائم بالإتصال لجمهور وسائل الإعلام فيما يلى[1] :

- أن وسائل الإعلام يعمل بها مجموعات كبيرة من العاملين ، هؤلاء العاملون تختلف مستوياتهم الثقافية والإجتماعية ، وبالتالى تتباين مجالات خبرتهم مع الغالبية العظمى من الجماهير .
- أن الرسالة الإعلامية بحكم طبيعتها تصل إلى فئات عريضة ونوعيات مختلفة من الجماهير ، فهى رسالة علنية ، يستطيع أى فرد أن يراها أو يسمعها أو يتعرض لها .
- أن رجع الصدى فى الإتصال الجماهيرى بسيط لا يمكن قياسه بسرعة وبسهولة ، لذلك فمن الصعوبة بمكان إقامة تفاعل حقيقى بين وسائل الإعلام والجمهور .

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٥١٦-٥١٧ .

ويميز علماء الإجتماع بين الحشد Crowd والجمهور Mass فالحشد هو مجموعة من الأفراد يجمعهم موقف أو حادث معين ، وهناك الحشد العارض والذى يتمثل فى تجمع عدد من الأفراد لمشاهدة عرض داخل فاترينة محل تجارى وهذا الحشد العارض لا يجمعه أى تنظيم وليس بين أفراده أى ارتباط ، كما أن هناك الحشد النظامى وهو أكثر تنظيماً من الحشد العارض مثل المشاهدين لمباراة كرة قدم .

أما الجمهور فهو وإن كان يشبه الحشد فى جوانب عديدة إلا أنه يختلف عنه فى جوانب أخرى ، فأفراده يسلكون سلوكاً جماهيرياً مثل قراءة حدث فى صحيفة أو مشاهدة برنامجاً تليفزيونياً ، وأهم ما يميز الجمهور عن الحشد أن أفراده عادة متفرقون ولا يوجد بين أفراده أى تنظيم ، كما أن أفراد الجمهور يتعرفون "كأفراد" ويغلب عليهم الشعور بالذات بعكس أفراد الحشد .

وخلاصة القول أن الجمهور هو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولى الهوية ، لا يجمع بينهم إلا سلوكهم الجماهيرى .

ويمكن تقسيم جمهور وسائل الإعلام إلى ثلاث أنواع[1] :

١ - تقسيم الجمهور على أساس خصائصه الأولية الموضوعية مثل الجنس والسن والتعليم والدخل ، وهذه المتغيرات متصلة ببعضها البعض .

٢ - تقسيم الجمهور على أساس خصائصه السيكولوجية ، أى دراسة شخصية أفراد الجمهور بواسطة الاختبارات الشخصية ، أو قياس الإتجاهات فى محاولة لتبرير اختلاف تأثر الأفراد الذين يتعرضون لرسالة معينة .

٣ - تقسيم الجمهور على أساس احتياجه للمعلومات والأساليب التى يحصل بمقتضاها على المعلومات ، ودرجة غموض الإتصال بالنسبة له .

ويجب على القائم بالإتصال أن يحدد جيداً الجمهور الذى يستهدفه وخصائصه الأولية والسيكولوجية .

---

(١) جيهان رشتى ، المرجع السابق ، ص٥٢٢ .

وهناك خصائص وسمات عامة للجمهور المستهدف أهمها(١) :

الموقع الجغرافى :

يلعب الموقع الجغرافى دوراً هاماً فى تحديد الخصائص والسمات السيكولوجية والسلوكية للجمهور ، والتحقق من الموقع الجغرافى الذى يعيش فيه الجمهور يساعد على رسم صورة عامة عن خصائص وسمات هذا الجمهور ، فعلى سبيل المثال يتصف سكان المناطق الباردة بتغليب العقل على العاطفة ، ويتصف سكان المناطق الحارة بالكسل ، بينما يتصف سكان المناطق المعتدلة بالتوفيق بين العقل والعاطفة .

التاريخ السياسى :

فعلى سبيل المثال الشعوب التى يحفل تاريخها السياسى بحروب وثورات ، تتصف بصلابة الرأى والميل إلى التحدى ، فضلاً عن الميل الواضح إلى التمسك بالنزعة الوطنية ، كما أن الحروب والثورات والقلاقل والاضطرابات السياسية تشكل خصائص الشعوب فى بعض الأحيان ، ومن ثم فإن التحقق من التاريخ السياسى للشعب الذى ينتمى إليه

---

(١) يوسف مرزوق ، "مدخل إلى علم الإتصال" ، مرجع سابق ، ص١٤٨ .

الجمهور المستهدف ، يساعد على رسم صورة عامة لا بأس بها عن خصائص وسمات هذا الجمهور .

النظام الإقتصادى :

فالخصائص السيكولوجية والسلوكية للشعوب التى تسودها نظم اقتصادية متخلفة تختلف عن الخصائص السيكولوجية والسلوكية لتلك الشعوب التى تسودها نظم اقتصادية مستقرة ، حيث تنعكس هذه النظم على حياة الشعوب .

التركيب الإجتماعى :

فالنظم الإجتماعية التى ترعى كرامة أبنائها وعزتهم وتضمن لهم العدالة الإجتماعية وتحترم الأمومة والطفولة وتحقيق المساواة وتكافؤ الفرص وتكفل الحريات ، تتميز هذه الشعوب بالاستقامة والعدالة والتكافل واحترام الحقوق والواجبات والميل إلى العمل الجاد وحب الوطن ، فى حين أن الشعوب التى يسودها نظم إجتماعية استبدادية وتسلطية ، تتميز بالصراع والشقاق والأنانية والميل إلى اللامبالاة وامتهان كرامة الإنسان وعزته ، وعلى ذلك فإن دراسة النظم

الإجتماعية للشعوب تسهم فى تحديد خصائص وسمات الجمهور المستهدف من هذه الشعوب .

التراث الثقافى :

فعلى سبيل المثال الشعوب التى تنتمى إلى تراث ثقافى يدعو إلى احترام العمل والأمانة إنما هى شعوب يتميز أفرادها بتكامل الشخصية ، فى حين أن الشعوب التى تنتمى إلى ثقافة تدعو إلى الكسل والانتهازية إنما هى شعوب تتميز بالانحلال والضعف .

نظم التعليم :

يؤثر النظام التعليمى فى أى مجتمع على أبناء هذا المجتمع ، فالشعوب التى تنشأ فى ظل نظام تعليمى يشجع على الابتكار والخلق تختلف فى سماتها وخصائصها عن تلك التى تنشأ فى ظل نظام تعليمى متخلف .

ويميل أغلب علماء الإتصال إلى تقسيم جمهور وسائل الإعلام تبعاً لخصائصهم الأولية ، حيث تؤثر هذه الخصائص على عادات وأنماط الإتصال أكثر من الخصائص

السيكولوجية لهم والعوامل المتصلة بشخصيتهم ، وأهم الخصائص الأولية للجماهير هى :

- **العمر :**

فإهتمامات الأطفال بالمواد الإعلامية تختلف عن إهتمامات الشباب ، والتى تختلف بدورها عن إهتمامات الكبار ، فالأطفال – غالباً – ما يفضلون البرامج الترفيهية ، فكل مرحلة عمرية لها موضوعاتها الخاصة التى تفضل التعرض لها ، كما تزداد درجة التعرض لوسيلة إعلامية معينة باختلاف المراحل العمرية ، فعلى سبيل المثل يميل الأطفال إلى مشاهدة الوسائل المسموعة المرئية خاصة التليفزيون ، بينما يفضل الأفراد ما بعد الثلاثين قراءة الصحف ، وتصل قراءة الصحف إلى أقصى مداها فى سن الأربعين تقريباً ، وتقل قليلاً فى أواخر العمر لضعف الرؤية فى سن الشيخوخة .

- **التعليم :**

تؤثر درجة تعليم الفرد على تعرضه للوسيلة الإعلامية وعلى اختياره لنوع الوسيلة ، فجمهور الصحف لابد وأن يكون على درجة من التعليم أو حتى

معرفة القراءة ، ولديه قدر من الثقافة والإهتمامات العامة ، بعكس التليفزيون والراديو ، فيمكن لأى فرد أن يكون من جمهورهما ، وكذلك السينما والمسرح ، وقد أظهرت بعض الدراسات ، أن الاستماع للبرامج الجادة – فى الولايات المتحدة – مرتبط ارتباطاً كبيراً بالتعليم ، فالمتعلمون يختارون البرامج الجادة فى حين يختار الأقل تعليماً البرامج الترفيهية والخفيفة ، كما أثبتت الدراسات أن الجمهور الأكثر تعلماً هو الأكثر مشاهدة لنشرات أخبار التليفزيون ولكن يجب الاعتراف بأن هناك حالات استثنائية لمتغير التعليم .

- **الجنس :**

يختلف التعرض للوسائل الإعلامية تبعاً لاختلاف الجنس ، فقد أظهرت الدراسات أنه بالنسبة لكل وسائل الإعلام كانت النساء أقل إهتماماً بالشئون العامة من الرجال ، فالنساء تميل عادة إلى قراءة القصص الخيالية فى المجلات ، وتشكل النساء الغالبية العظمى من جمهور الراديو فى فترة الصباح ، ولذلك يحرص الراديو على توجيه البرامج الخاصة بالمرأة فى هذه الفترة مثل برنامج "إلى ربات البيوت" ، كما

تمثل النساء الغالبية العظمى من مشاهدى الفترة الصباحية لبرامج التليفزيون لذلك يقدم التليفزيون لهن برامج المرأة فى تلك الفترة ، كما يقبل الذكور على مواد إعلامية معينة أكثر من النساء مثل الأخبار والمباريات الرياضية ، وهكذا تختلف نوعيات الجماهير تبعاً للمادة المعروضة .

- **البيئة الإجتماعية :**

تؤثر البيئة التى يعيش فيها الفرد على طبيعة تعرضه لوسائل الإعلام ، فالفرد الذى يعيش فى الريف تختلف إهتماماته عن ذلك الذى يعيش فى الحضر ولذلك هناك العديد من البرامج التليفزيونية والإذاعية والأبواب الصحفية موجهه خصيصاً إلى أفراد القرية مثل برنامج "أرضنا الطيبة" بالتليفزيون "وخير بلدنا" ، وفى الصحافة باب أسبوعى عن القرية فى صحيفة الأخبار ، وكذلك جريدة التعاون وغيرها .

كذلك تتباين إهتمامات جمهور المدن الساحلية عن مدن الصعيد عن مدينة القاهرة ، ولذلك تحرص الدولة على إنشاء الإذاعات ومحطات التليفزيون

الإقليمية التى تتوجه مباشرة إلى أبنـاء منطقـة بعينهـا ، فهنـاك تليفزيـون القنـاة والقـاهرة الكبرى والإسـكندرية وشمال الصعيد وجنوبه ، وهناك الكثـير مـن الإذاعـات المحلية ، كما أن هناك صحفاً خاصة بالأقاليم .

والتقسـيم علـى أسـاس "البيئـة الإجتماعيـة" ليـس تقسيماً إقليمياً فقط ، بل هو تقسيم دولى ، فنجـد وسـائل الإعلام تقسم العالم إلى مناطق مختلفة وتراعـى طبيعـة وخصـائص جمهور كل منطقة وتوجه إليه ما يمكـن أن يخـدم سياسـتها ويشـبع احتياجاتـه ، ووكـالات الأنبـاء العالمية أكبر شاهد على ذلك ، كما تحـرص الإذاعـات العالمية على إنشاء محطات موجهه مثل القسم العربـى فى هيئة الإذاعة البريطانيـة ، وإذاعـة مونـت كـارلو ، وغيرها .

خامساً : رجع الصدى :

رجع الصدى عنصر هام من عناصر الإتصال ، فهو الذى يحقق دائرية الإتصال ، حيث يصبح المتلقى مرسلاً ، ولذلك يسميه البعض "التغذية المرتدة" ، كما يسميه البعض الآخر "رد الفعل" ، وأياً كانت التسمية فالمقصود برجع الصدى أى شئ يصدر عن المتلقي نتيجة لتعرضه للرسالة ، وقد يكون هذا الشئ معلومات أو تعبيرات حركية .

وهناك نوعان من الإستجابة أو رد الفعل للرسالة هما : الإستجابة العلنية وهى التى يمكن ملاحظتها واكتشافها وهى إستجابة عامة ، والإستجابة المستترة أو الخفية والتى لا يمكن ملاحظتها بسهولة ويصعب اكتشافها وهى إستجابة خاصة .

ويجب أن نفرق بين التأثير ورجع الصدى ، فالتأثير يتمثل فى النتائج المترتبة على الإتصال ، وهل أدى إلى تحقيق الهدف منه أم لا؟

بمعنى أن هناك حملة إعلامية انتخابية لصالح مرشح ما ، فيقاس الأثر هنا بمدى نجاح الحملة فى تحقيق هدفها ، وهل أدت الحملة إلى انتخاب هذا المرشح أم لا؟

أما رجع الصدى فيتعلق بمضمون هذه الحملة ومدى إستجابة الجماهير واقتناعهم بمضمون الحملة وهل وصلت الإستجابة للمرسل أم لا؟

ويمكن التعرف على رجع الصدى بسهولة فى الإتصال المباشر حيث يكون الجمهور أمام القائم بالإتصال الذى يستطيع التعرف على رد فعل الجمهور عن طريق توجيه أسئلة للجمهور أو التعرف على تعبيرات وجهه وغيرها ، أما فى الإتصال الجماهيرى فمن الصعوبة التعرف على رجع الصدى حيث يكون بسيطاً بالمقارنة بالإتصال المباشر ، ويمكن الاستدلال عليه ولكن ليس بطريقة فورية عن طريق معدل توزيع الصحيفة أو الكتاب ، أو عن طريق رسائل القراء والمستمعين والمشاهدين ، أو عن طريق النزول إلى الميدان والتعرف من خلال الاستبيانات على آراء الجماهير فيما يقدم إليهم .

فالتأثير أبعد من رجع الصدى ويتعلق بحدوث الإستجابة ، وفى ذلك يذكر د. "محمد عبدالحميد" إن رجع الصدى لا يعنى سوى استمرار عملية الإتصال أو استمرار التفاعل بين كل من المرسل والمستقبل ، ولذلك تتميز نماذج

التفاعل Interaction بوجود رجع الصدى الذى يشير إلى دائرية عملية الإتصال ، لكن حدوث الأثر يتمثل فيما هو أبعد من رجع الصدى الفورى ، حيث يتمثل على سبيل المثل فى اكتساب المعلومة ، أو الإقتناع بالفكرة أو الرأى أو اتخاذ القرار المؤيد لأهداف المرسل[1] .

---

(1) محمد عبدالحميد ، "نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير" ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧ ، ص٢٩ .

الفصل الخامس

وسائل الإتصال الجماهيرى

(النشاة .. التطور .. الخصائص)

☆ الكتاب
☆ الصحيفة
☆ المجلة
☆ الراديو
☆ التليفزيون
☆ السينما
☆ المسرح

الفصل الخامس
وسائل الإتصال الجماهيرى
(النشأة .. التطور .. الخصائص)

يطلق الكثيرون على وسائل الإتصال الجماهيرى "وسائل الإعلام" ، حتى أصبح هذا التعبير أكثر تداولاً بين الناس سواء المتخصصون أم غير المتخصصين ، ويرجع هذا إلى ترجمة مصطلح "Mass Media" أى الوسائط الجماهيرية ، فالبعض يترجمه إلى وسائل الإتصال الجماهيرى والبعض الآخر يترجمه إلى وسائل الإعلام ، ويرجع ذلك أيضاً إلى أن تلك الوسائط كان منوط بها منذ بداية ظهورها وظيفة "الإعلام" أى "الأخبار" .

وأياً كان ما يطلق على تلك الوسائل ، فلم يعد هناك خلاف على جماهيريتها ، وأصبح لها خصائص ثابتة تتبادر إلى الذهن مباشرة حين يأتى ذكر أية وسيلة منها ، فهى وسائل تهدف الوصول إلى جماهير غفيرة غير متجانسة منتشرة فى أماكن واسعة ، وهى وسائل غير مواجهيه أى لا يوجد فيها مواجهة مباشرة بين المرسل والمستقبل ، مثلما

الحال فـى الإتصـال الشـخصى أو الجمـاعى ، وبالتـالى هنـاك صعوبة فى التعرف على رجع الصدى .

إذن هى وسـائل إتصـال جمـاهيرى ، لا بـأس ... هـى وسائل إعلام ، لا بأس ، حتى لا ندخل فى خلافات ومناقشـات حول المسميات تاركين الجوهر أو الخصائص الثابتة والمتفق عليها .

وتتعدد وسائل الإتصال الجمـاهيرى ، فهنـاك الكتـاب ، الصحيفـة ، المجلـة ، الراديـو ، التليفزيـون ، السـينما ، المسرح ، وسوف نتناول كل وسيلة من تلك الوسائل بشئ مـن التفصيل .

أولاً : الكتاب :

الكتـاب عبـارة عـن "أوراق مطبوعـة ومجموعـة فـى مجلـد" ، هـذا هـو التعريـف الكلاسـيكى للكتـاب ، وليـس بالضرورة – فى عصرنا الحالى – أن يكون الكتاب مجموعاً فى مجلد ، فهناك كتباً مسجلة على الميكروفيلم ، وكتباً مسـجلة على أشرطة ممغنطة ، وأخرى مسجلة على .C.D .

وتعرف اليونسكو ١٩٦٤ الكتاب بأنه "مطبوعة غير دورية ، لا يقل عدد صفحاتها عن ٤٩ صفحة عدا صفحات الغلاف" ، كما عرفت اليونسكو النشرة Pamphlet بأنها "مطبوعة غير دورية ، لا يقل عدد صفحاتها عن خمس ولا يزيد عن ٤٨ صفحة عدا صفحات الغلاف" .

ولد الكتاب من أبوين هما : الورق ، والمطبعة ، فلولاهما ما كان هو ، وما وصل إلى ما به من تقدم وتطور الآن .

الورق :

يعتبر قدماء المصريين أول من استخدم ورق البردى للكتابة عليه ، بعد أن كانوا يكتبون على ألواح خشبية من خشب الأبنوس ، وقبله كتبوا على الحجارة ، ثم انتقل البردى من المصريين إلى أوروبا بعد ذلك .

وكان ابتكار قدماء المصريين لورق البردى فى السنة الألف الثالثة قبل الميلاد خطوة كبيرة فى صناعة الكتاب ، وكانت كتبهم على هيئة لفائف ، وظل نبات البردى الدعامة الأساسية للكتاب فى مصر منذ تم اكتشافه ، وفى بلاد

الإغريق منذ عرفته فى القرن السابع قبل الميلاد ، وفى روما ابتداء من القرن الثالث قبل الميلاد ، وظلت أوروبا تستعمله حتى منتصف القرن الحادى عشر الميلادى[1] .

بعد ذلك دخلت مواد كثيرة أخرى فى صناعة الورق إلى جانب البردى ، مثل جلود الحيوانات فى آسيا الصغرى ، والشمع فى روما .

وكان نشر الكتاب مرتبطاً بالمكتبات ، ففى مكتبة الإسكندرية ، وفى مكتبة "برجا موسى" فى آسيا الصغرى ، عكف فريق من الفقهاء على تحقيق النصوص ليعدوا لكل نص الأصل النموذجى الذى تنقل عنه النسخ المعروضة للبيع فى أنحاء العالم اليونانى والرومانى ، وكانت مكتبة الإسكندرية تزود المكتبات الكبرى ومنها مكتبة "أثينا" بأمهات الكتب ، ولكن قوات روما أحرقت هذه المكتبة سنة ٤٨ ميلادية .

---

(١) خليل صابات ، "وسائل الإعلام نشأتها وتطورها" ، القاهرة : الأنجلو المصرية ، ١٩٧٦ ، ص١٠ .

ويعتبر اليوم الذى أحرقت فيه مكتبة الإسكندرية من أكثر الأيام شؤماً فى تاريخ الكتاب ، فقد ذهب عدد لا يحصى من أمهات الكتب طعمة للنيران ، وأفل نجم الإسكندرية فى ذلك اليوم ، وأضحت أثينا المركز الرئيسى لنشر الكتب تعاونها فى ذلك مراكز أقل أهمية ، نذكر منها : "أفسوس" و "رودس" و "انطاكية" و "فنيقيا"(١) .

وفى منتصف القرن الثامن الميلادى حدث تطور هائل فى صناعة الكتاب ، حيث تعلم العرب صناعة الورق من الصينيين ونقلوا تلك الصناعة إلى أوروبا حينما فتحوا الأندلس ، وظلت الكتب تنسخ باليد ، وفى عصر هارون الرشيد تم إنشاء مكتبة أسماها "بيت الحكمة" ، يرى المؤرخون أنها أول مكتبة عربية بالمعنى المفهوم .

الطباعة :

يقال أن الصينيين عرفوا الطباعة بالألواح الخشبية قبل الميلاد بثلاثمائة سنة على أقل تقدير ، ويرى بعض المؤرخين أن هذا اللون من الطباعة أنتشر فى الغرب عقب عودة

---

(١) خليل صابات ، المرجع السابق ، ص١٠ .

"ماركو باولو" الرحالة الإيطالى من الصين سنة ١٢٧٢م ورغم أن الطباعة بالألواح الخشبية لم تكن عملية ، إلا أنها كانت مرحلة انتقال بين الكتاب المخطوط والكتاب المطبوع بالحروف المعدنية المنفصلة[١] .

ثم أخترع "يوحنا جوتنبرج" الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة عام ١٤٤٥م ، وأخرج أول كتاب مطبوع بهذه الطريقة سنة ١٤٥٥م ، وكانت حلب أول مدينة عربية يطبع فيها كتاب بالحروف العربية سنة ١٧٠٦م تلتها قرية لبنانية صغيرة سنة ١٧٣٤ ، وشيئاً فشيئاً عرف الوطن العربى الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة ، وامتلأت المكتبات العربية بالكتب المطبوعة[٢] .

ثم تطورت الطباعة ، واخترعت الطابعة الدوراة (الروتاتيف) ثم آلات جمع الحروف المعدنية (اللينوتايب والمونوتايب) ثم الطباعة الإلكترونية والطباعة باالليزر ،

---

(١) خليل صابات ، المرجع السابق ، ص٢١ .

(٢) خليل صابات ، المرجع السابق ، ص٢٣ .

ودخلت الألوان فى مجال الطباعة ، وغيرها من التطورات الهائلة التى ساعدت على رواج الكتاب كسلعة .

وإهتمام العالم بإنتاج الكتاب يتضاعف يوماً بعد يوم ، ولم يتأثر انتشار وتوزيع الكتاب سلباً بالوسائل الإعلامية الأخرى خاصة التليفزيون ، يبين ذلك الأرقام التالية :
ففى سنة ١٩٥٠م وصل إنتاج العالم من الكتب إلى (٢٥٠٠) مليون نسخة لحوالى (٢٣٠) ألف كتاب ، وفى سنة ١٩٧٠م وصل الإنتاج العالمى إلى ثمانية آلاف مليون نسخة لحوالى (٥٥٠) ألف كتاب ، أى أن إنتاج الكتب تضاعف أربع مرات تقريباً خلال ٢٠ سنة ، وهى السنوات التى انتشرت فيها أجهزة التليفزيون فى العالم .

وعلى ذلك فلم يؤثر التليفزيون على معدل إنتاج الكتب عالمياً ، بل أن التليفزيون ساعد على إنتشار الكتاب وذلك بعرضه للبرامج التى تشجع على القراء والبرامج التى تعرض لأحدث الكتب ، وغيرها .

وجدير بالذكر أن هناك صعوبات كثيرة فى التعرف على إنتاج الدول النامية من الكتب ، حيث لا تهتم هذه الدول

بالإحصائيات ، كما أن صعوبة تصنيف الكتب حسب موضوعاتها يمثل مشكلة أخرى ، كذلك عدم الإتفاق على تعريف محدد للكتاب جعل تصنيف الكتاب وإحصاءه لا يتم بطريقة واحدة فى كل دول العالم ، وهو ما دعا "اليونسكو" إلى تعريف الكتاب سنة ١٩٦٤م بأنه "المطبوع غير الدورى الذى يحتوى على ٤٩ صفحة على الأقل بدون صفحات الغلاف" .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن صناعة الكتاب ، تحتاج إلى إمكانيات هائلة وتكاليف باهظة نظراً لارتفاع أسعار الورق عالمياً ، وعلى ذلك فالدول الصناعية الكبرى تمتلك نسبة كبيرة من وسائل الإعلام ومنها الكتاب ، مما يشكل عدم توازن إعلامى بين الدول المتقدمة والدول النامية ، ناتج عن عدم توازن فعلى فى توزيع الإمكانات الإعلامية .

فنجد على سبيل المثال أن ٨٤,٥٪ من توزيع الكتب فى العالم ٨٤,٣٪ من استهلاك ورق الصحف يتم فى الدول الصناعية ، وتستهلك الولايات المتحدة وحدها ٤٤,٤٪ من مجموع استهلاك ورق الصحف فى العالم .

كما تنتج الدول الصناعية حوالى ٥٦٪ من جملة الإنتاج العالمى للكتاب ، بينما تنتج الولايات المتحدة ١٦٪ ، والدول النامية ٢٨٪ ، أما الدول العربية فنصيبها من إنتاج الكتاب العالمى لا يتعدى ١٪ .

تقسيم الكتاب :

هناك تقسيمات عديدة للكتب ، فيمكن تقسيمها حسب موضوعاتها إلى كتب سياسية – علمية – أدبية ... الخ ، ويمكن تقسيمها طبقاً لفئات الجمهور الموجهة إليه مثل كتب الأطفال ، كتب الشباب ، ... الخ ، كما يمكن تقسيمها طبقاً لحداثتها إلى كتب التراث ، الكتب المعاصرة .

مزايا الكتاب :

١ – يعيش مع الإنسان فترة طويلة جداً ، يحتفظ به فى مكتبته ، ويفنى الإنسان ويبقى الكتاب بما يحويه من معرفة ومعلومات .

٢ – أفضل وسيلة إعلامية للشرح والإسهاب ، فهناك فرصة للكاتب لإبراز فكرته وشرحها بالطريقة التى يختارها .

٣ – أكثر الوسائل الإعلامية ثقة ، فيمكن الاعتماد على ما جاء به كمراجع ومصادر فى الأبحاث العلمية ،

بعكس الوسائل الإعلامية الأخرى التى لا يمكن الاعتماد عليها كمصادر علمية .

٤ – أن هناك ألفة بين الكتاب وقارئه تصل إلى حد الصداقة .

٥ – لا يتطلب التعرض الفورى للمادة المكتوبة به ، بل يمكن قراءته فى أى وقت ، والرجوع إليه أكثر من مرة .

٦ – أقدر الوسائل الإعلامية على مخاطبة الطبقة المثقفة والذين يؤثرون فى المجتمع أكثر من غيرهم .

ثانياً : الصحيفة :

تأتى الصحيفة كأقدم وسيلة إتصال بعد الكتاب ، ويرجع الفضل فى وجود هذه الوسيلة إلى اختراع الطباعة ، والفرق بين الصحيفة والكتاب هو أن الصحيفة مطبوع دورى ، يهتم أساساً بنشر الأخبار بموضوعاتها المختلفة .

ويرجع د. "خليل صابات" نهضة الصحافة وظهورها بالمعنى الذى نفهمه اليوم إلى سببين : أحدهما تاريخى يتمثل فى ظهور طبقة جديدة فى المجتمع هى طبقة البرجوازية التى يجرى فى عروقها الدم الأزرق ولا تنتمى إلى طبقة كبار الأسياد ، وكان هؤلاء البرجوازيون يريدون أن يعرفوا على وجه السرعة أهم التغيرات التى تحدث فى بلادهم وفى كل بلاد العالم ، أما السبب الثانى فهو سبب فنى اقتصادى ، يتمثل فى اختراع الطباعة والذى قضى على الخبر المنسوخ المقصور على فئة معينة محظوظة ، وجعل الخبر المطبوع يطير بسرعة البرق ، ثم جاء البريد ليساعد على انتشار الصحافة[١] .

---

(١) خليل صابات ، المرجع السابق ، ص٣٥ .

ويمكن القول أن بدايات الصحافة الحديثة ظهرت فى إيطاليا فى أواخر القرن السادس عشر تلتها فرنسا وإنجلترا ، وبدايات الصحافة الرسمية كانت فى فرنسا حيث أصدرت أول صحيفة رسمية سنة ١٦٣١م وهى "جاذيت دى فرانس" .

أما فى الوطن العربى ، فتعتبر مصر هى أول دولة عربية عرفت الصحافة ، وذلك على يد الفرنسيين الذين أتوا معهم بماكينات الطباعة ، وأصدر نابليون صحيفة "كوريبه ديلجبت" سنة ١٧٩٨م ، وبعد أن راحل الفرنسيون وأخذوا معهم مطابعهم أنشأ محمد على مطبعة بولاق وأصدر صحيفة "الوقائع المصرية" سنة ١٨٢٨م ، ثم توالت الصحف التى يصدرها أفراد ، فأسس سليم وبشارة تقلا صحيفة الأهرام سنة ١٨٧٥م وصدر العدد الأول منها فى ٥ أغسطس سنة ١٨٧٦م ، وأصدر يعقوب صنوع صحيفة "أبو نضارة" التى تتسم بالطابع الكاريكاتيرى ، وفى١٨٨٤م أصدر جمال الدين الأفغانى ومحمد عبده "العروة الوثقى" من باريس ، وأصدر عبداللّه النديم "الأستاذ" ١٨٩٢م ، وأصدر مصطفى كامل "اللواء" ١٩٠٠م ، ثم الجريدة ١٩٠٧م التى أصدرها المثقفون والأعيان المصريين للمطالبة بأن تكون مصر للمصريين وأشرف عليها أحمد لطفى السيد .

ثم ظهرت الصحف الحزبية ، ففى ١٩٣٥م ظهرت "روز اليوسف" اليومية لتعبر عن حزب الوفد ، وفى ١٩٣٦م أصدر محمد التابعى "المصرى" ، وأصدر حزب الأحرار الدستوريين المعارض للوفد صحيفة "السياسة" ١٩٢٢م ، وأصدر محمد التابعى مجلة "أخر ساعة" بعد تركة روز اليوسف ، وأصدر على ومصطفى أمين "أخبار اليوم" ١٩٤٥م .

وفى بلاد الشام تزعم الحركة الفكرية السياسية هناك عبدالرحمن الكواكبى وأصدر جريدة "الشهباء" عام ١٨٧٧م فى حلب ، وقد احتفى بها القراء وأقبلوا عليها ، ولكن والى حلب أمر بمصادرتها بسبب ما جاء بها من أعمال النقد لأعمال الوالى واستبداد السلطان العثمانى ، ولكنه عاد بعد عام واحد وأصدر صحيفة أخرى باسم "الاعتدال" ، وكاد أن يسجن لولا أنه هرب إلى مصر فأفردت له صحيفة "المؤيد" صفحاتها[١] .

---

(١) حسن الشامى ، "وسائل الإتصال وتكنولوجيا العصر" ، القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩٢ ، ص٩٥-٩٦ .

أما فى لبنان ، فكانت أول صحيفة صدرت فى بيروت هى "حديقة الأخبار" لخليل الخورى سنة ١٨٥٨م ، وهى أول صحيفة يصدرها مواطن عربى فى بلد عربى[١] .

وفى الحجاز ، عرفت ولاية الحجاز الطباعة سنة ١٨٨٢م ، وأول صحيفة صدرت فيها هى صحيفة "الحجاز" الرسمية فى السنة نفسها التى تأسست فيها المطبعة ، وعقب صدور دستور ١٩٠٨ العثمانى نشر بعض الحجازيين صحفاً فى مكة والمدينة المنورة ، وفى خلال الحرب العالمية الأولى أعلنت الثورة العربية ، وأصدر الشريف حسين سنة ١٩١٦م صحيفة "القبلة" لتكون لسان حال الثورة ، وأصدر أحد أبناء الحجاز بعد الحرب صحيفة "الفلاح" ، ولما استتب الأمر للملك عبدالعزيز آل سعود أمر بإصدار صحيفة "أم القرى" الرسمية[٢] .

أما الجزائر ، فتعتبر أول بلد فى المغرب العربى يعرف الصحافة ، فقد أصدر الفرنسيون فى سنة ١٨٤٧م

---

(١) خليل صابات ، "وسائل الإعلام نشأتها وتطورها" ، مرجع سابق ، ص٥٣ .

(٢) خليل صابات ، المرجع السابق ، ص٦٠ .

صحيفة "المبشر" العربية الرسمية التى ظلت الصحيفة العربية الوحيدة فى الجزائر حتى نهاية القرن التاسع عشر ، وكانت صحيفة "كوكب أفريقيا" التى صدرت عام ١٩٠٧م أول صحيفة عربية يصدرها أحد المواطنين الجزائريين[١] .

ومن استعراض بدايات تاريخ الصحافة فى الوطن العربى يمكن أن نرصد عدة ملاحظات :

- أن معظمها أصدرها أفراد وليس جهات رسمية أو مؤسسات إعلامية أو حكومات .
- أن هناك مجموعة من الصحف أصدرها ولاة الحكم العثمانى وبعضها أصدرها الاستعمار نفسه ، وفى هذه الحالة يمكن اعتبار تلك الصحف صحفاً رسمية .
- بدأت الصحافة فى الوطن العربى فى فترة الاستعمار ، وعلى ذلك كانت الصحف التى يصدرها أفراد وطنيون لسان حال الشعب ، وكانت توجهاتها وطنية تسعى إلى محاربة الاستعمار والمطالبة بالاستقلال .
- أفرزت تلك الصحف ، أو على الأقل ارتبطت ، بزعامات قومية وأعلام فى الصحافة العربية، أمثال

(١) خليل صابات ، المرجع السابق ، ص٦٣ .

محمد عبده ورفاعه الطهطاوى وعبدالله النديم والشيخ على يوسف وغيرهم كثير .

- اهتمت تلك الصحف بالرأى أكثر من إهتمامها بالأخبار ، ولكنها شيئاً فشيئاً تأثرت بتيار الصحافة العالمية وأخذ الخبر يأخذ طريقة إلى صفحاتها ، كما اهتمت تلك الصحف بالمقال بخاصة المقال الأدبى .

وكالات الأنباء :

تُعرّف اليونسكو وكالة الأنباء بأنها الوكالة التى تستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأنباء فى عدد كبير من البلاد ، وتستخدم موظفين فى مراكزها الرئيسية لتحرير هذه المواد الإخبارية العالمية ، بالإضافة إلى الأخبار المحلية وإرسالها بأسرع ما يمكن إلى :

- مكاتب الوكالة فى الخارج للتوزيع على الصحف ومحطات الإذاعة .
- الوكالة المحلية المتعاقدة معها .
- الصحف ومحطات الإذاعة بالخارج المشتركة فيها مباشرة .

ولقد واكب ظهور الصحافة الحديثة فى العالم ، إنشاء وكالات للأنباء لخدمة الصحف ، حيث تقوم بجمع الأخبار من مصادرها الأساسية فى كل أنحاء العالم وتوزيعها على الصحف ووسائل الإتصال .

ويقدر البعض الخدمة الإخبارية التى تقدمها وكالات الأنباء للصحف وأجهزة الإعلام بـ ٨٠٪ .

وهناك خمس وكالات عالمية شهيرة هى رويتر البريطانية نسبة إلى مؤسسها "رويتر" الألمانى الأصلى ١٨٥١م – أسيوشيتدبرس الأمريكية ١٨٤٨ – يونيتدبرس الأمريكية أيضاً ١٩٠٧م – وكالة الأنباء الفرنسية ١٨٣٥م – ثم وكالة تاس السوفيتية ١٩٢٥م (إيتارتاس) الآن .

وبالإضافة إلى تلك الوكالات ، يوجد وكالات أنباء محلية ونشطة أيضاً مثل وكالة "تانيوج" اليوغسلافية ، ووكالة "أنباء الشرق الأوسط" المصرية و"كيودا" اليابانية و"أنسا" الإيطالية ووكالة "دويتش برس" الألمانية ووكالة أنباء "الصين الجديدة" ، وغيرها .

وتسيطر الوكالات العالمية الكبرى على تدفق الأخبار فى العالم ، وتخدم مصالح الدول المالكة لها وتعبر عن وجهة نظرها ، **وتعتبر تلك الوكالات مصدر المعلومات الأساسى لكثير من الدول النامية .**

وتمتلك الدول الغربية والولايات المتحدة النسبة الأكبر من الصحف ، حيث تمتلك الدول الصناعية ٥٦,٦٪ من الصحف اليومية ، وتمتلك الولايات المتحدة ٢٢٪ بينما تمتلك الدول النامية ٤٣,٤٪ ، ونصيب الدول العربية من الصحف اليومية لا يتجاوز ١,٥٪ .

كما تستأثر الدول المتقدمة بالنصيب الأكبر من استهلاك ورق الصحف فى العالم ، حيث تستهلك الدول **الصناعية ٨٤,٣٪ من إجمالى ورق الصحف ، وتستهلك الولايات المتحدة وحدها ٤٤,٤٪ ، فى مقابل ١٥,٦٪ للدول النامية ، ٠,٣٧٪ للدول العربية[1] .**

---

(١) الشعبة القومية لليونسكو ، ١٩٨٠ .

والصحيفة كوسيلة إعلامية لها مزايا عديدة أهمها :

- أنها تتيح للقارئ فرصة أكبر من التخيل ، فالقارئ أمامه جمل وكلمات وعبارات ، ولا يرى متحدثاً كما فى التليفزيون ، ولا يسمع مذيعاً كما فى الراديو ، ولذلك يطلق العنان لفكره وينعم بحرية أكبر فى التحليل ، وتكون لديه الفرصة للاستنباط والتفسير .
- أن الصحيفة تستطيع أن تقدم الموضوعات الأكثر تخصصاً ، وبوسعها التعمق فى عرض الموضوعات ، وفرد مساحات أكبر لبعض الموضوعات .
- يمكن للصحيفة مخاطبة جماعات صغيرة متخصصة ، فنجد الصحف تفرد أبواباً للمرأة ، وللعمال ، وللجامعات ، وللمحامين ، وللأطفال ، وغيرها بعكس وسائل الإعلام المسموعة والمرئية التى تحرص على مخاطبة أكبر عدد من الجماهير .

ورغم هذه المزايا للصحيفة ، والكلمة المطبوعة عموماً ، فأنها تفشل فى الوصول إلى قطاع كبير من الجماهير ، وهو القطاع الأمى الذى لا يقرأ وحتى أولئك الذين يقرؤون فإن الكلمة المطبوعة تتطلب منهم جهداً أكبر من أى وسيلة إعلامية أخرى .

كما تتطلب القراءة خيالاً مستمراً ، ويتوقف تشبع القارئ من النص المكتوب على قدرته على التخيل ، كما أن الجمهور هو الذى يسعى إلى الصحيفة ، بعكس التليفزيون والراديو اللذان يسعيان إلى الجمهور بل يطاردناه فى كل مكان ، ويجب أن يكون قارئ الصحيفة الساعى إليها على درجة كبيرة من الانتباه بعكس الراديو الذى يسمعه الفرد بأقل قدر من الانتباه .

ثالثاً : المجلة :

لا يمكن أن نترك الحديث عن الصحيفة دون أن نتناول شقيقة لها وهى المجلة ... والتى تختلف عن الصحيفة فى عدة أشياء أهمها دورية الصدور ، فهناك صحف يومية ، وصحف أسبوعية ، أما المجلات فمنها الأسبوعية ، والنصف شهرية ، والشهرية ، والربع سنوية والنصف سنوية والسنوية .

وفى المعجم الوسيط ، مادة المجلة مشتقة من جلى السيف والفضة والمرآة ونحوها ، وجلياً وجلاء كشف صدأها وصقلها .

وتعرف الموسوعة الثقافية المجلة بأنها "مطبوع دورى مصور أو غير مصور يحوى موضوعات متنوعة" .

والتعريف السابق بسيط وواضح للمجلة يميزها عن الصحيفة ، فالمجلة تحتوى على موضوعات متنوعة بصفة أساسية وليست الأخبار هى المادة الأساسية كالصحيفة .

إن محاولة وضع تعريف يفصل الصحيفة عن المجلة تماماً محاولة غير مأمونة فإذا فكرنا فى هذا التعريف السابق

نجده ينطبق على الصحيفة أيضاً ، ولكن أهم ما يفرق الصحيفة عن المجلة هو أن الصحف تصدر يومياً وفى أكثر من طبعة ، وتصدر بدون غلاف ، وصفحاتها غير مجلدة أو غير مدبسة ، كما أن حجم الصحيفة أى مساحة الصفحات وعدد الأعمدة أكبر عادة من مساحة صفحات المجلة ، والصحيفة تطبع عادة على ورق أقل جودة من ورق المجلات[1] .

ولقد نشأت المجلات وتطورت جنباً إلى جنب مع الصحيفة وتختلف المجلة عن الصحيفة فى أشياء عديدة ، فبخلاف دورية الصدور نجد أن المجلة غالباً ما تكون متخصصة تقتصر على موضوع واحد ، فنجد المجلة الطبية ، والاقتصادية ، والفنية ، والرياضية ، وتلك التى تهتم بأخبار الحوادث ، وأخبار النجوم والفن ، وغيرها .

وتأخذ المجلة مكاناً وسطاً بين الصحيفة والكتاب ، فهى تنشر الأخبار والمقالات كما تنشر القصص والروايات ،

---

(١) محمود عبدالرؤوف كامل ، "مقدمة فى علم الإعلام والإتصال بالناس" ، القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٩٥ ، ص١٧٠ .

والمجلة قد تأخذ طابعاً وثائقياً كالكتاب ، فقد يُحتفظ بها لفترات طويلة تصل إلى سنوات ، ويرى البعض أن المجلة اتخذت مكان الكتاب بالنسبة لكثيرين وذلك بسبب رخص ثمنها بالمقارنة بارتفاع ثمن الكتاب .

وتعود البدايات الأولى للمجلات الحديثة إلى نهاية القرن السابع عشر ، فقد كان الناشرون الإنجليز يصدرون كتباً تحتوى على عدة موضوعات وأحد هذه الكتب كان يسمى "تاريخ أعمال المتعلمين" ، ويعد هذا الكتاب البداية المبكرة للمجلة فى إنجلترا عام ١٦٩٩م(١) .

ويتفق الكثيرون على أن المجلة الأولى هى مجلة ريفيو "Review" ومصدرها هو دانييل ديفو الإنجليزي فى إنجلترا عام ١٧٠٤م ، وكانت تحتوى على مواد مرسومة إلى جانب

---

(١) أشرف صالح ، "تصميم المطبوعات الإعلامية" ، ط١ ، القاهرة : الطباعى العربى للطبع والنشر والتوزيع ، ١٩٨٦ ، ص١٨٩ .

الأخبار ، وكانت تصدر ثلاث مرات أسبوعياً ، وأستمر ديفو يصدرها ويحررها بمفرده لمدة تسع سنوات[١] .

ويوجز "أحمد بدر" بعض الوظائف التى تقوم بها المجلة فى المجتمع على النحو التالى[٢] :

— تشارك المجلة فى الدعوة للإصلاحات السياسية والإجتماعية فى المجتمع .
— لا تقوم المجلة بتفسير الأحداث والمسائل العامة فقط ، ولكنها تضع هذه الأحداث فى أبعادها الوطنية كذلك ، إذا أنها تعكس الطابع القومى .

(ليس بالضرورة أن تعكس المجلة الطابعى القومى ... خاصة فى ظل ازدياد عدد المجلات وتنوعها فى المجتمع حالياً ، وطغيان عامل الربح والمنافسة عليها)[*] .

— زودت المجلة المصورة الملايين بوسيلة رخيصة للتسلية ... واحتلت المجلة – خصوصاً بعد احتوائها

---

(١) أحمد بدر ، "الإتصال بالجماهير والدعاية الدولية" ، الكويت : دار القلم ، ١٩٧٥ ، ص٧٣-٧٤ .

(٢) جون آر بيتز ، "مقدمة فى الإتصال الجماهيرى" ، ط٢ ، ترجمة : عمر الخطيب ، بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، ١٩٨٧ ، ص٨٣ .

(*) المؤلف .

على المقالات المتنوعة والأخبار والتحقيقات الصحفية فضلاً عن الصور – احتلت عادة القراءة مكان الكتاب بالنسبة للكثيرين .

- المجلة معلم قليل التكاليف ... إذ تقدم للجمهور فى حياته اليومية المشورة بالنسبة للأطفال المتخلفين فى دراستهم ، وتقدم النصائح بالنسبة للمشاكل المالية أو الزوجية ، وتوضح المجلة للناس كيف يزينون منازلهم وحدائقهم وكيف يعدون طعاماً رخيصاً وصحياً فى نفس الوقت .

رابعاً : الراديو :

بدأت أول محطة راديو في العالم في ٢ نوفمبر ١٩٢٠م بالولايات المتحدة الأمريكية ، وبالتحديد في مدينة "بتسبورج" بولاية بنسلفانيا ، إلا أن التجارب الأولى على نقل الصوت عبر الأثير بدأت قبل ذلك بكثير ، حيث بدأت في حوالى سنة ١٨٩٠ ، وانتشرت الكلمة المسموعة سريعاً ، فبعد أربع سنوات فقط من تاريخ إنشاء أول محطة ، كانت هناك محطة راديو على الأقل في كل دولة من دول العالم المتقدم ، وتخطى الراديو حدود الدول المتقدمة إلى الدول النامية ، وأصبح يغطى اليوم كل دول العالم .

ولقد بدأ الراديو فى مصر بمحطات أهلية يملكها أفراد وذلك فى حوالى منتصف العشرينيات من هذا القرن ، وفى ٣١ مايو ١٩٣٤م بدأ إرسال المحطة الرسمية للحكومة المصرية والتى قامت بتشغيلها شركة "ماركونى" وحتى ٤ مارس ١٩٤٧م ، حيث قررت وزارة الشئون الإجتماعية المصرية إنهاء عقد شركة ماركونى ، وأنشأت إدارة مستقلة للإذاعة المصرية يشرف عليها مجلس أعلى يتكون من وزارة الشئون الإجتماعية والمواصلات والخارجية والداخلية

والمعارف ، بالإضافة إلى مصلحة التلغراف والتليفونات والإذاعة اللاسلكية .

وكان للإذاعة المصرية فى سنة ١٩٣٤م محطتان للإرسال قوة الأولى ٢٠ كيلو وات قرب القاهرة ، وقوة الثانية تكفى لتغطية مدينة الإسكندرية وضواحيها فقط ، ولم يكن الإرسال يصل إلى المدن الواقعة جنوب مدينة المنيا ، وكان الإرسال يبدأ فى الخامسة والنصف وينتهى فى الحادية عشرة مساء ، وكانت اللغات المستخدمة فى ذلك الوقت العربية والفرنسية والإنجليزية ، وعدد الاستوديوهات اثنين ، أرتفع إلى ستة قبل قيام ثورة يوليو ١٩٥٢ والتى عرف المصريون قيامها من ميكروفون الإذاعة المصرية(١) .

وبعد إنشاء وزارة الإرشاد القومى فى نوفمبر ١٩٥٢ أصبحت الإذاعة تابعة لها ، ثم انتقلت إلى الأشراف المباشر لرئاسة الجمهورية فى ١٩٥٨م ثم ضُمت إلى وزارة الثقافة والإرشاد القومى عام ١٩٦٢م ، وتتبع حالياً وزارة الإعلام .

---

(١) خليل صابات ، "وسائل الإعلام نشأتها وتطورها" ، مرجع سابق ، ص١٢٢ .

ومنذ أن أصبحت الإذاعة تحت إشراف وزارة الإرشاد القومى بدأ التفكير فى إنشاء خدمات إذاعية جديدة ، وبالفعل أنشأت محطة الإسكندرية ١٩٥٤م والتى تعد أقدم إذاعة محلية فى مصر ، وقبلها فى ١٩٥٣م بدأت إذاعة "صوت العرب" وإذاعة "البرنامج الثانى" ١٩٥٧م ، ثم إذاعة فلسطين ١٩٦٠م ، وإذاعة الشرق الأوسط ١٩٦٤ ، كما أنشأت إذاعة الشعب ، وإذاعة القرآن الكريم ١٩٦٤ .

وفى ١٩٨١م بدأت مرحلة جديدة فى تاريخ الإذاعة المصرية بتطبيق نظام الشبكات الإذاعية ، حيث أصبحت الإذاعة تضم سبع شبكات هى :

١ - الشبكة الرئيسية : (البرنامج العام) .

٢ - شبكة المحليات : وتشمل الإذاعات محلية على مستوى الجمهورية وهى الإسكندرية (١٩٥٤م) ، والشباب والرياضة (١٩٧٥م) ، القاهرة الكبرى (١٩٨١م) ، وسط الدلتا من طنطا (١٩٨٥م) ، شمال الصعيد (١٩٨٣م) ، شمال سيناء من العريش (١٩٨٤م) ، جنوب سيناء (١٩٨٥م) ، إذاعة القناة (١٩٨٨م) ، جنوب الصعيد ، مطروح ، الوادى الجديد .

وجارى إنشاء العديد من الإذاعات المحلية لتغطى كل محافظات مصر .

٣ - الشبكة الثقافية : وتضم البرنامج الأوربى (١٩٣٤م) ، البرنامج الثانى (١٩٥٧م) ، البرنامج الموسيقى (١٩٦٨م) .

٤ - الشبكة العربية : وتضم إذاعات صوت العرب ، وادى النيل ، فلسطين .

٥ - شبكة القرآن الكريم : وتضم إذاعة القرآن الكريم .

٦ - الشبكة التجارية : وتضم إذاعة الشرق الأوسط .

٧ - شبكة الإذاعات الموجهة : وبدأ إرسالها عام ١٩٥٣م بهدف تعريف شعوب العالم بوجهة النظر المصرية تجاه القضايا والمشكلات الدولية ، وخدمة المصالح المصرية ، ونشر تعليم اللغة العربية .

ولتعريف شعوب العالم المختلفة بواقع مصر الثقافى والفكرى والحضارى ، والعمل على تعزيز روابط الصداقة والتعاون بين الشعب المصرى والشعوب الأخرى ، بدأ إرسال البرامج الموجهة من القاهرة فى عام ١٩٥٣م ... وتقدم الإذاعات الموجهة برامجها من خلال ٤٢ خدمة ، مستخدمة ٣٢ لغة على مدى ٥٤ ساعة يومياً ، وشعار البرامج الموجهة

هو "سلام بين الشعوب ، وصداقة بين الأمم ، واستقلال كريم للجميع" .

وتولى الإذاعات الموجهة أهمية كبرى لقارة أفريقيا ، حيث توجه إليها ٣٦,٥٪ من اجمالى ساعات البث المقررة للخدمات الموجهة ، ويأتى هذا الإهتمام من الثقل الدبلوماسى والسياسى الذى تمثله القارة الأفريقية ، وحرص مصر على التواجد الإعلامى بقارة أفريقيا .

ولقد أوضح الرئيس "مبارك" فى أكثر من مناسبة أن القادة الأفارقة كانوا يتحدثون معه فى قضايا كثيرة مصرية عربية وأفريقية ، وكان مصدرهم الأساسى الإذاعات الموجهة وتستخدم الإذاعات الموجهة لأفريقيا ست عشرة لغة أفريقية منها السواحيلى والأمهرى والصومالى والشونا والهوسا والزولو والعفرى واليوربا والبمبمرة بالإضافة إلى الإنجليزية والفرنسية .

وتهتم شبكة الإذاعات الأجنبية الموجهة بتقديم دروس اللغة العربية لغير الناطقين بها ، وذلك بهدف نشر اللغة العربية السليمة بين الشعوب الإسلامية والصديقة التى بها

جاليات إسلامية كبيرة أو مساعدة المسلمين فى جميع أنحاء العالم على تفهم دينهم والتعرف على الثقافة العربية والتراث الإسلامى ، وكذلك اجتذاب المزيد من المستمعين إلى الاستماع إلى إذاعة القاهرة ، بالإضافة إلى مساعدة أبناء الجاليات المصرية المقيمين فى المهجر على تعلم اللغة العربية ، ومنذ فبراير ١٩٦٦م ، تواصل شبكة الإذاعات الأجنبية الموجهة تقديم دروس (تعليم اللغة العربية بالراديو) .

ومن المزايا التى يحظى بها الراديو كوسيلة إعلامية :

- السرعة الفائقة فى نقل الرسالة ، فالكلمة المذاعة تنتقل فى التو من جهاز الإرسال إلى جهاز الاستقبال ، ولا تحتاج إلى معدات معقدة لنقلها مثل كاميرا التليفزيون ، وعلى ذلك فالراديو أوسع انتشاراً من التليفزيون .
- لا يحتاج الاستماع إلى الراديو إلى مجهود كبير ، حيث يعتمد على حاسة واحدة فقط هى حاسة السمع ، ولذلك فهو وسيلة أفضل لكبار السن حيث يضعف البصر ، وكذلك لمن لا يقرأون ، فالراديو هو الوسيلة الإعلامية الوحيدة التى لا تحتاج إلى العين .

- يبث إرساله على مدى أربع وعشرين ساعة ، بعكس التليفزيون ، ولذلك يستطيع المستمع أن يلجأ إليه وقتما شاء ، وهذه الخاصة تعطى الراديو القدرة على قطع البرنامج وإذاعة الأخبار الهامة فى أى وقت حال حدوثها كالانقلابات والثورات ونتائج الانتخابات وغيرها .. غير أن التليفزيون بدأ مؤخراً ينافس الراديو فى هذه الميزة .
- من أكثر الوسائل الإعلامية التى تتيح للجمهور قدر أكبر من التخيل ، بعكس الوسائل المرئية التى تضع حدوداً للخيال ، فالتخيل يدور فى حدود ومجال الصورة المعروضة .
- صغر حجمه ورخص ثمنه ، يتيحان له الانتشار الواسع ، والاستماع إليه فى أى وقت وأى مكان .

خامساً : التليفزيون :

التليفزيون بباسطة عبارة عن "إذاعة مرئية" تقوم فيها آلة التصوير الإلكترونية بتحويل الصور المضاءة إلى نبضات كهربية ، تنقلها محطة الإرسال ، ثم تستقبلها أجهزة الاستقبال وتعيد تكوينها .

ولقد بدأت التجارب الأولى على التليفزيون فى أوروبا الولايات المتحدة مع مطلع القرن العشرين ، اعتمدت هذه التجارب على التقدم العلمى الذى حدث فى القرن التاسع عشر والمتمثل فى اكتشاف الكهرباء ، والتصوير الضوئى والإتصالات السلكية واكتشاف الراديو وغيرها من الاكتشافات والمخترعات .

ولقد أحرزت التجارب الأولى على التليفزيون تقدماً محدوداً ، حين استطاع العالم الأمريكى الدكتور "فلاد يميرزور يكين" اختراع آلة التصوير التى تستخدم فى التليفزيون (الايكونوسكوب) أو الصمام التليفزيونى الكهربى .

ويرجع الفضل فى اختراع التليفزيون إلى العالم البريطانى "جون بيرد" الذى تمكن من إخراج فكرة التليفزيون

من حيز النظريات إلى التجربة الحية ، حين استطاع سنة ١٩٢٤م نقل صورة باهتة لصليب صغير عن طريق أجهزته التجريدية إلى شاشة صغيرة معلقة على الحائط ، وبعدها كرس حياته من أجل تطوير هذه التجربة ليصل بها إلى الإرسال والاستقبال التليفزيوني الذى نعرفه الآن[1] .

أما أول من اخترع جهاز استقبال تليفزيوني فهو العالم "ألين ب دوم ونت" بعد أن طور صمامات الاستقبال ، وأول محطة تليفزيون منتظمة فى العالم كانت فى فرنسا ، حيث بدأ البث التليفزيوني المنتظم فيها فى ٢ نوفمبر ١٩٣٦م ، وفى الولايات المتحدة الأمريكية بدأت أول محطة للبرامج التليفزيونية المنتظمة فى ١٩٣٩م .

ولقد أدت الحرب العالمية الثانية إلى تعطيل تقدم وانتشار التليفزيون فى العالم ، وبعد انتهاء الحرب أخذ العلماء يسعون إلى تطوير إمكانيات هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة ، وظهر التليفزيون الملون فى سنة ١٩٥٣ ، وانتشرت أجهزة

---

(١) فوزية فهيم ، "التليفزيون فن" ، القاهرة : دار المعارف ، ١٩٨٧ ، ص٨ .

الاستقبال ومحطات الإرسال انتشاراً واسعاً ، ففى الدول المتقدمة بلغ عدد أجهزة التليفزيون (٤٠٧) مليون جهاز أى بنسبة ٣٥٣ جهازاً لكل ألف من السكان ، وفى الدول النامية بلغ عدد الأجهزة ٨٤ مليون جهاز بمعدل ٢٩ لكل ألف من السكان ، طبقا لإحصائيات ١٩٨٦ ، وقد ارتفعت تلك البيانات كثيراً اليوم .

التليفزيون فى مصر :

يرجع التفكير فى إدخال التليفزيون إلى مصر إلى سنة ١٩٤٧م عندما نشرت إحدى الصحف أن الحكومة المصرية ستفتح اعتماداً بمبلغ ٢٠٠ ألف جنيه مصرى لبناء استوديوهات للتليفزيون المصرى ولم ينفذ المشروع ، وفى سنة ١٩٥١م عرضت الشركة الفرنسية لصناعة الراديو والتليفزيون على الحكومة المصرية إدخال التليفزيون فى مصر ، وأجريت أول تجربة بمحطة سنترال باب اللوق ، وقالت الشركة بعدها "إن جو مصر من أصلح الأجواء التى تساعد على تعميم التليفزيون فيها ، ولسوف يتمتع سكان القاهرة وضواحيها بهذا الاختراع أكثر من سكان

لندن وباريس" ، ولكن هـذا العرض لـم ينفذ فـى ذلـك الوقـت أيضاً[1] .

وتعتبر حكومــة ثـورة ٢٣ يوليـو ، هـى الحكومـة التـى فكرت جدياً فى إدخال التليفزيون إلـى مصـر ، حيـث عـرض "صلاح سالم" وزير الإرشاد فى ١٩٥٦م فكرة التليفزيون على الحكومة التى وافقت عليها ، وبـدأت أولـى الخطـوات العمليـة بالبدء فى إنشاء مبنى التليفزيـون الحـالى فـى إبريـل ١٩٥٦ ، إلا أن العدوان الثلاثـى أخّـر بــدء الإرســال إلــى ٢١ يوليــو ١٩٦٠م ، بعـد أن قـامت شـركة "R.C.E" الأمريكيــة بإنشــاء شبكة التليفزيون .

وافتتح التليفزيون المصـرى إرساله فى الساعة السـابعة من صباح يوم ٢١ يوليو ١٩٦٠م بتـلاوة مباركـة مـن القـرآن الكريم للشيخ محمد رفعـت ، ثـم نقـل التليفزيـون علـى الهـواء افتتاح مجلس الأمة وخطــاب الرئيـس جمـال عبدالنـاصر ، ثـم أذيع نشيد وطنى الأكبر ، واختتم الإرسال الذى أستمر حوالــى خمس ساعات بنشـرة الأخبـار ، وغطـى الإرسـال فـى بدايتـه

(١) فوزية فهيم ، المرجع السابق ، ص١١ .

القاهرة والمناطق المحيطة بها لمسافة مائة كيلو متر ، وبدأ الإرسال بثلاث قنوات ، ثم ألغيت القناة الثالثة فيما بعد والتى كانت مخصصة للمواد الثقافية .

أما الآن فأصبح إرسال التليفزيون المصرى يغطى كل الأراضى المصرية ، وتخطى الإرسال الحدود ليصل عن طريق القناة الفضائية إلى العديد من الدول العربية والأوروبية والآسيوية ، وبدأ التليفزيون المحلى فى السادس من أكتوبر ١٩٨٥م بالقناة الثالثة ، ثم محطة تليفزيون القناة والتى يغطى إرسالها محافظات القناة الثلاث السويس ، الإسماعيلية ، بورسعيد ، بالإضافة إلى جزء كبير من محافظة الشرقية ، وقد بدأت هذه المحطة إرسالها من مدينة الإسماعيلية فى ٢٤ أكتوبر ١٩٨٨م ، ثم محطة تليفزيون الإسكندرية والتى يغطى إرسالها مدينة الإسكندرية وضواحيها ، ثم توالى إنشاء القنوات التليفزيونية المحلية لتصل الآن إلى (٦) قنوات .

وفى الوطن العربى ، ظهر التليفزيون فى لبنان عام ١٩٥٩م ، والسودان ١٩٦٣م ، والعرق ١٩٥٦م ، والأردن ١٩٦٨م ، الكويت ١٩٦١م ، السعودية ١٩٦٥م ، قطر ١٩٧٠م ، الإمارات العربية المتحدة ١٩٦٩م ، البحرين

١٩٧٣م ، عُمان ١٩٧٤م ، ليبيا ١٩٦٨م ، تونس ١٩٦٦م ، الجزائر ١٩٥٦م ، المغرب ١٩٥٤م .

وتشير الإحصائيات إلى أن عدد أجهزة التليفزيون وصل إلى أربعة ملايين ، بما يعادل ٥٠ جهاز لكل ألف شخص وهى نسبة مرتفعة بالمقارنة بالدول النامية .

ويعتبر التليفزيون أقوى الوسائل الإعلامية وأعظمها تأثيراً فى الفرد والمجتمع ، وأكثرها انتشاراً ، ويفوق التليفزيون كل الوسائل الإعلامية الأخرى من صحافة ، وراديو ، وسينما وغيرها فى كثير من الخصائص .

ومن أهم مزايا التليفزيون كوسيلة إعلامية :

١ - يخاطب التليفزيون حاستين من حواس الإنسان فى وقت واحد ، وهما حاستا السمع والإبصار ، وهما من أهم حواس الإنسان ، وبهما يكتسب الفرد ما يقرب من ٩٨٪ من معلوماته ومعارفه .
وقد دلت الاختبارات السمعية والبصرية على أن استيعاب الفرد للمعلومات يزداد بنسبة ٣٥٪ عند

استخدام الصوت والصورة فى وقت واحد ، وأن مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات تطول عندئذ بنسبة ٥٥٪ .

وبهذه الخاصية (الصوت والصورة) يفوق التليفزيون كل الوسائل الإعلامية ، فالتليفزيون يجمع بين المسموع والمنظور ، ويستغل الصوت والصورة وبهذا يفضل الراديو ، ويشبه السينما من حيث المنهج ولكنه يختلف عنها فى أن ما يعرض يقدم إلى الجماهير حيث هم فينتقل إليهم ولا يكلفهم مشقة الانتقال إليه .

٢ - أنه أقرب وسيلة للإتصال المواجهى ، بل أنه يتفوق على الإتصال المواجهى باستطاعته تكبير الأشياء الصغيرة ، وتحريك الأشياء الثابتة .

٣ - يتسم التليفزيون بالحالية ، حيث يقدم مادة إعلامية فى نفس زمن حدوثها ، والحالية أو الآنية معناها الرؤية من بعد لأحداث تقع فى نفس اللحظة وهو نفس المعنى الذى تحمله كلمة تليفزيون Television فكلمة Tele معناها (بعد) وكلمة Vision معناها (الرؤية) ، وهذه النقطة تقودنا إلى الأهمية الإخبارية للتليفزيون حيث يستطيع أن ينقل لنا الأخبار التى تحدث فى كل مكان

من العالم لحظة حدوثها ، وكأننا نعيش تلك الأحـداث ، فقد استطاع التليفزيون أن ينقل حـرب الخليـج الأخيرة إلى داخل بيوتنا وأن يشركنا فيهـا بطريقـة أو أخـرى ، وغيرها من الأحداث سواء الداخلية أم الخارجية .

٤ - وسيلة هامـة للتقريـب بيـن شـعوب العـالم ، فـأصبح المواطن بفضل التليفزيون فى قلب أفريقيا يرى أقرانـه فى اليابان ويعرف عاداتهم وأنماط سلوكهم ، ويسـتطيع الطفل فى إحدى الولايـات الأمريكيـة أن يتعـرف علـى المملكـة العربيـة السـعودية مـن خـلال مـا يعرضـه التليفزيون هناك من صور للكعبة المشرفة ... وهكذا ، وهذه الخاصية جعلت العالم قريـة صغيرة ، وساعدت كثيراً فى خلق النظام العالمى الجديد .

٥ - لـه أهميـة سيكولوجية ، فهـو يحمـل فـى طياتـه أهميـة نفسـية خطـيرة ، وهـى نظريـة الـتراكم أو الترسـيب ، فالقضايـا التـى يتبناهـا وتخلـل أفكارهـا الأعمـال التـى يقدمها ترسب فى عقول المشاهدين على المدى الطويـل بالتكرار والإلحاح ، ونلاحظ ذلك فى برامج التوعيـة ، وإعلانـات تنظيـم الأسـرة والحمـلات التليفزيونيـة

المختلفة ، وكذلك فى الموجات المعينة من الأفلام والدراما ، كأفلام العنف ، الأعمال الوطنية ، الرومانسية ، ... وغيرها .

بالإضافة إلى ذلك يساعد التليفزيون المشاهد على عملية "التقمص الوجدانى" Empathy من خلال ما يعرضه للمشاهد من أماكن بعيدة ، وشخصيات غريبة ، والواقع أن المقدرة على التقمص الوجدانى تعتبر جزءاً لا يتجزأ من عملية الإتصال ، والتقمص الوجدانى فى أبسط تعريفاته هو القدرة على فهم الحالة الذهنية لشخص آخر .

وخلاصة القول أن التليفزيون زاد من مقدرة الأفراد على التحرك النفسى أو تخيل أنفسهم فى مواقف لم يجربوها ، وفى أماكن غير التى اعتادوا رؤيتها ، ويعتبر عالم الإجتماع الأمريكى "دانييل لرنر" أن المقدرة على التقمص الوجدانى من الخصائص الأساسية اللازمة لانتقال المجتمع من الشكل التقليدى إلى الشكل الحضارى أو العصرى ، ويفترض أن هذه الخاصية كانت تكتسب فى الماضى بتحرك الأفراد مادياً وانتقالهم من مكان لآخر واختلاطهم المباشر بالآخرين ، أما بعد اختراع التليفزيون أصبحت

هذه الخاصية تُكتسب عن طريق وسائل الإعلام والتليفزيون ، والذى يقوم بنقل العالم الخارجى للأفراد حيث هم .

٦ - له أهمية سياسية ، حيث يعتبر أداة خطيرة ووسيلة فعالة فى توصيل سياسات الدول والحكومات والأفراد ، وله دور خطير فى عملية صنع القرار ، كما يستطيع التليفزيون المساهمة بدور فعال فى عملية التنشئة السياسية للمواطنين على اختلاف أعمارهم ، خاصة الأطفال والشباب .

ويتعاظم هذا الدور فى ظل ما يعانيه كثير من الشباب المصرى والعربى من حالة الأمية السياسية ، حيث يسهم التليفزيون - مع غيره من وسائل الإتصال الجماهيرى - فى محو هذه الأمية ، بتقديم المعلومات السياسية سواء بطريقة مباشرة فى نشرات الأخبار أو بطريقة غير مباشرة فى البرامج المختلفة والتى تكون فكراً سياسياً له قيمة لدى الشباب يستطيع من خلال إدراك والتعامل مع التيارات السياسية العالمية ، وعموماً فيمكن للتليفزيون - وأخباره بصفة خاصة - القيام بدور فعال فى التنشئة السياسية من خلال :

- وضع الفرد موضع المعرفة بالنسبة لما يدور حوله من أنباء وأحداث مؤثرة تتصل بأحوال مجتمعة وقضاياه والأنشطة المختلفة السائدة فيه .
- الإسهام فى تثقيف الفرد وتعريفه بوطنه وتاريخه وثقافته .
- تكوين الرأى العام ، وذلك من حاصل المعارف التى يتلقاها الفرد ، حيث أن موضوعات الرأى العام يتحدد مستواها بكم المعلومات المتاحة للفرد ، ويظهر الدور السياسى للتليفزيون فى الدول المتقدمة أكثر منه فى الدول النامية ، حيث تتاح مساحة لكل حزب لعرض برامجه وأفكاره للجماهير .

٧ - له أهمية تثقيفية كبيرة ، ويعتبره البعض أداة من أدوات التثقيف الجماهيرى ، ويساعد على نقل الثقافة أو التراث الثقافى من جيل إلى آخر ، فالتليفزيون عامل من عوامل توحيد الأفكار والمشاعر بين أفراد الوطن الواحد ، فهو يوحد من عادات الناس وتقاليدهم وأنماط سلوكهم وقيمهم ، بالإضافة إلى أنه يساعد على تحقيق

وحدة الفكر والثقافة والأذواق الجمالية ، كما يمكن للتليفزيون أن يساعد على حماية ثقافة الشعوب التى تعتبر من سمات هويتها ، عن طريق مساندة تلك الثقافة فى مواجهتها للثقافات الغربية التى لا تتفق وقيم وحاجات المجتمع ، وعلى الجانب الآخر يساعد على إدخال ثقافات جديدة يرى النظام القائم أن أفراد المجتمع فى حاجة إليها ، وعلى ذلك فهو يلعب دوراً هاماً فى عنصر أساسى من عناصر الثقافة وهو "بديلات الثقافة" .

٨ - يثير التليفزيون كثيراً من العمليات العقلية الشعورية واللاشعورية فى الإنسان فهو - على سبيل المثال - يثير فيه الخيال ، فيعيش الإنسان مع خيالاته المستمدة مما يشاهده على الشاشة ، فتجعله يسقط آماله وآلامه ومخاوفه وعقده النفسية على ما يشاهد من مشاهد وشخصيات وأحداث ، ويشجع فيه أحلام اليقظة ، وفيها يهرب الإنسان من الواقع ليحقق رغباته المكبوتة التى يعجز عن تحقيقها فى عالم الواقع والحقيقة ، وفى ذلك نوع من التنفيس والإسقاط لتخفيف ما يعانى منه من مشاكل وأزمات نفسية .

٩ - له أهمية تعليمية ، وأصبح التليفزيون التعليمى يستخدم على نطاق واسع اليوم ، وبالإضافة إلى أنه من الوسائل المعينة على التدريس ، هناك البرامج التعليمية للصفوف المختلفة من التعليم .

١٠- له أهمية ترفيهية ، من المفترض أنها مهمته الأولى ، فقد كان الهدف من وجود التليفزيون فى بدايته هو الترفيه والتسلية ، ثم تطورت هذا الهدف إلى أهداف متعددة .

والحقيقة أن الترفيه والتسلية هدف هام من أهداف الإتصال عموماً ، يسعى إليه الفرد والمجتمع والنظام القائم ، والتليفزيون يقوم بدور حيوى فى هذا المجال لاعتماده على الصورة والصوت والحركة واللون .

ما يؤخذ على التليفزيون :

رغم المزايا السابقة وغيرها للتليفزيون ، إلا أن البعض يأخذ عليه :

١ - أنه يفتقد إلى "رجع الصدى" فهو رغم كونه وسيلة إتصال جماهيرية لا يمكن قياس أثر برامجه التى يبثها

بسهولة وبطريقة فورية وسريعة بعكس الإتصال الشخصى أو الجماعى ، وهى مشكلة تتعلق بوسائل الإتصال الجماهيرى عامة .

وتحاول محطات التليفزيون تجنب هذه النقطة بأجراء البحوث الميدانية والنزول إلى الجماهير للتعرف على آرائهم فيما تعرضه من برامج .

كما أن تفاعل الجماهير مع برنامج ما عن طريق الخطابات المرسلة إلى التليفزيون وما تعكسه آراء النقاد فى الصحف والمجلات يعطى مؤشراً على نجاح أو فشل البرنامج .

٢ - كان هناك اعتقاد ظهر مع بدايات التليفزيون يقول بأن مشاهدة التليفزيون ستؤثر سلباً على قراءة الصحف وأيضاً الاستماع إلى الراديو .

ولكن مع مرور الأيام ساعد التليفزيون على التعرض للوسائل الإعلامية الأخرى ، فقد ثبت أن التعرض للتليفزيون يشجع على القراءة ، ولم تتأثر السينما بهذا الجهاز رغم الأفلام التى يعرضها ليلاً ونهاراً على شاشته .

٣ - يرى البعض أن التليفزيون ساعد على التفكك الأسرى ، فالأسرة تقضى ساعات طويلة أمام شاشته لا يكلم بعضها البعض .

وترى الباحثة "ك. تاجرت" أن التليفزيون لا يقرب بين أعضاء الأسرة اللهم إلا مادياً ، وقد تبددت تلك الساعات التى كانت تقضيها الأسرة فى تبادل الخبرات والأفكار والآراء لأنها أصبحت ساعات الذروة لمشاهدة التليفزيون .

بالإضافة إلى ذلك فإن القيم التى يبثها التليفزيون فى نفوس أطفالنا تختلف عن تلك التى يرغب الوالدان فى بثها ، ويتأثر الأطفال بالتليفزيون أكثر من تأثرهم بالأسرة ، خاصة إذا كانت الأسرة لا تؤدى دورها على الوجه المطلوب .

ويردد أطفالنا ليل نهار أغانى الإعلانات الهابطة ويحفظونها أكثر من حفظهم للأناشيد المدرسية .

كما يقلدون الشخصيات الغربية فى زيهم وتسريحات شعرهم وحركاتهم .

٤ - هناك وجهة نظر تقول إن التليفزيون يساعد على الانحراف بتقديمه العنف على شاشته بطريقة درامية مثيرة .

وأجريت الكثير من الدراسات على ذلك ووجدت أن الأفلام التى بها جريمة وجنس تحرك فى نفوس الأطفال والمراهقين الميل للجريمة وتوقظ فى صدورهم حب العنف والانتقام .

ونحن نقول أن مزايا التليفزيون تفوق بكثير أضراره ، ويجب أن نكون حريصين فى تعاملنا مع هذا الجهاز فنأخذ منه ما يفيدنا ويفيد مجتمعنا .

(فالتليفزيون ليس شراً أو خيراً فى حد ذاته ولكنه خير أو شر بقدر ما نجعله نحن كذلك) .

سادساً : السينما :

يرجع الفضل فى اختراع السينما إلى العالم الفرنسى "لويس لوميير" ، وبدأها لوميير بالحركة مع الفوتوغرافيا ، وقدم أول عرض سينماتوغرافى فى ٢٨ ديسمبر ١٨٩٥م فى مقهى بشارع الكابرسين بباريس ، وسرعان ما انتشر هذا الاختراع فى معظم دول العالم ، وتطورت أجهزة العرض السينمائى ، وأصبحت السينما تجارة لها موزعون محترفون ، كما ظهرت السينما الناطقة فى سنة ١٩٢٧م ، والفيلم الملون سنة ١٩٢٩ .

السينما فى مصر :

أول فيلم سينمائى عرض فى مصر كان فيلماً مصنوعاً فى فرنسا ، وقد عرض فى إحدى مقاهى الإسكندرية سنة ١٨٩٦م ، ونتيجة للنجاح الذى تحقق من هذا العرض انتشرت صالات السينما فى القاهرة والإسكندرية وبورسعيد وأسيوط والمنصورة .

إلا أن الجمهور المصرى بدأ يمل مشاهدة المناظر الأجنبية التى ليس بينه وبينها أى رباط ، فما كان من أحد الأجانب المقيمين فى الإسكندرية إلا أن أرسل فى طلب كاميرا

وفنى من فرنسا ، وهكذا عرض فى سنة ١٩١٢م : "ميدان الأوبرا بالقاهرة" ... "السائحون على ظهور الجمال عند أهرامات الجيزة" ... "عودة الخديوى من الإسكندرية ... وخروج المصلين من كنيسة سانت كاترين بالإسكندرية" ... "حركة المسافرين فى محطة سيدى جابر"[١] .

ويمكن أن يقال أن صناعة السينما فى مصر لم ترسخ إلا فى سنة ١٩٢٧م عندما أسست "عزيزة أمير" مع "وداد تركى" الكاتب التركى المقيم بمصر أول شركة سينما توغرافية ، وكان باكورة إنتاج هذه الشركة فيلم "ليلى" وكان آخر الأفلام الصامتة فيلم "زينب" للدكتور محمد حسين هيكل والذى عرض ١٩٣٠م ، أما أول فيلم مصرى ناطق فهو "أنشودة الفؤاد" واشترك فى تمثيله المطربة نادرة وزكريا أحمد ودولت أبيض وجورج أبيض وعبدالرحمن رشدى ، وألف أغانيه عباس محمود العقاد ، وتم تصويره بباريس

---

(١) خليل صابات ، "وسائل الإعلام نشأتها وتطورها" ، مرجع سابق ، ص٩٣ .

وعرض بالقاهرة سنة ١٩٣٢م ، أما أول أستوديو مصرى فكان "أستوديو مصر" الذى أُفتتح فى أول أكتوبر ١٩٣٥م[١] .

ومعظم الدول العربية عرفت السينما كأفلام تعرض فقط مع بداية القرن العشرين ، عرفتها سوريا سنة ١٩٠٨م وبدأت تنتج أفلاماً اعتباراً من عام ١٩٣٢م ، وتعود صناعة السينما فى لبنان إلى عام ١٩٢٩م ، وأول عرض سينمائى فى العراق تم سنة ١٩٠٩م ، أما أول دور عرض فى دبى فأنشئت عام ١٩٣٨م ، وعرفت المغرب السينما سنة ١٩٤٤م وليبيا عام ١٩٥٥م[٢] .

ولكن ... لماذا نعتبر السينما وسيلة إتصال جماهيرية ، فى حين لا يدخل الفيديو الذى يعرض الفيلم السينمائى فى نطاق وسائل الإتصال الجماهيرية؟
الإجابة تتلخص فى أن الفيلم السينمائى عندما يعرض فى دور السينما يشاهده الآلاف من المشاهدين ، ودور العرض السينمائى تعمل من الصباح حتى ما بعد منتصف الليل ،

---

(١) خليل صابات ، المرجع السابق ، ص٩٤ .
(٢) خليل صابات ، المرجع السابق ، ص٤٠٨ .

وبالتالى يرتاد هذه الدور جماهير عديدة ، غير متجانسة ، مختلفون ثقافياً واقتصادياً وإجتماعياً ، بعكس جمهور الفيديو الأقل عدداً ، والأكثر تجانساً .

ومن مزايا السينما كوسيلة إتصال جماهيرية :

- وسيلة متخصصة ، تعرض نوعية واحدة من الموضوعات وهى "الفيلم السينمائى" .
- تستخدم وتوظف العديد من المؤثرات من حركة ولون وصوت ومؤثرات صوتية وغير صوتية وديكور وماكياج وملابس ، وكل هذه المؤثرات يساعدها على توصيل الرسالة وإبراز فكرة الفيلم ، والتأثير على المشاهد .
- ظروف المشاهدة – من إظلام للقاعة ، ووجود أعداد كبيرة من المشاهدين – تستحوذ على إهتمام المشاهد وتساعده على تركيز إهتمامه على ما يعرض .
- تستطيع مخاطبة الجمهور الأمى ، وتشترك فى ذلك مع التليفزيون إلا أن هناك بعض الأفلام التى تتطلب قدراً من الثقافة والقراءة والكتابة لفهم مضمونها .

سابعاً : المسرح :

يعتبر البعض المسرح وسيلة إتصال جماهيرى ، ويدخله آخرون فى مجال الإتصال المباشر ، وهو وإن كان أقرب إلى الإتصال المباشر المواجهى ، إلا أنه اكتسب جماهيرية فى السنوات الأخيرة تدخله فى إطار وسائل الإتصال الجماهيرى .

فهناك عشرات المسارح التى تخاطب فئات مختلفة من الجماهير والتى تقدم أشكالاً مختلفة من المسرحيات ، وبذلك أصبح عدد جماهير المسرح فى ازدياد مستمر .

كما أن المسرح فن شامل ، يستخدم الكثير من العناصر والمؤثرات الفنية التى لا تستخدم فى الإتصال المباشر ، وهو فن قديم فهو "أبو الفنون" كما يقال عنه .

والبداية الحقيقية للمسرح كانت فى بلاد الإغريق ، حوالى سنة ٤٩٠ قبل الميلاد ، "وأرسطو" أحد فلاسفة الإغريق المشهورين صاحب أبسط وأدق تعريف

للمسرح ، فقد عرفه بأنه القصة الممسرحة (أى الممثلة) ذات الهدف[1] .

واشتهرت الحضارة الرومانية واليونانية بالمسارح التى كانت تُبنى فى الهواء الطلق على هيئة مدرجات حتى يتمكن المتفرجون من المشاهدة ، ولقد أرتبط تطور فن المسرح بالحضارة التى وجد فيها ، فقد غلب عليه الطابع الدينى الأخلاقى فى أوروبا فى العصور الوسطى ، وأخذ المسرح يعرض أفكار النهضة الأوروبية التى أدت إلى الثورة الصناعية فى منتصف القرن التاسع عشر ، وتطور فن المسرح فى أوروبا وأمريكا إلى ما نعرفه الآن ، وتطورت مدارسه من الكلاسيكية إلى الرومانسية إلى مسرح العبس واللامعقول وما إلى غير ذلك[2] .

وفى الوطن العربى ، تعود بدايات المسرح إلى عام ١٨٤٧م حينما أخرج مارون النقاش المسرحية العربية الأولى

---

(١) عبدالمجيد شكرى ، "المسرح كوسيلة إتصال جماهيرى" ، القاهرة : العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٣ ، ص١٨ .

(٢) محمود عبدالرؤوف كامل ، "مقدمة فى علم الإعلام والإتصال بالناس" ، مرجع سابق ، ص٢١٩ .

فـى مصـر وهـى مسرحية "البخيـل" المسـتوحاة مـن مسـرحية الكاتب الفرنسى موليير ، ويعتـبر هـذا ميـلاد مؤقـت للمسـرح العربى ، مجرد انبثاق إلـى الوجـود ، ومحاكـاة لظواهـر فنيـة رآها المثقفون العرب فـى بـلاد أوروبـا فاسـتوردوها إسـتيراداً آلياً إلى بلادهم[1] .

وعرفـت سـوريا ولبنـان المسـرح فـى عـام ١٩٥٩م ، والسـودان ١٩٠٢م ، والعـراق ١٩٢٧م ، الكويـت ١٩٣٨م ، البحرين ١٩٢٨م ، ليبيا ١٩٢٥م ، تونـس ١٩٠٨م ، الجزائـر والمغرب ١٩٢١م[2] .

من مزايا المسرح :

- أنه قريب جداً من الإتصال المواجهى ، بل أن البعض يعتـبره إتصـال مواجهـى بـالفعل ، ولذلـك تتيـح هـذه المواجهة قدراً كبيراً من التعرف على رد الفعل ، كمـا تتيح قدراً من المشاركة بين الممثل والجمهور .

---

(١) على الراعـى ، "المسـرح فـى الوطـن العربـى" ، الكويـت : سلسـلة عـالم المعرفة ، (يناير ١٩٨٠) ، ص٥٣ .

(٢) على الراعى ، المرجع السابق ، ص٨٨ .

- يستطيع المسرح أن يتناول الموضوعات ذات الفكر العالى ، والموضوعات الجديدة التى تعرض للإتجاهات والتيارات العالمية الحديثة وأن يثير إهتمام الجمهور بها .
- أنه الوسيلة الجماهيرية الوحيدة التى تستطيع أن تتعرف على رد فعل الجمهور فى طريقة أقرب إلى الإتصال المباشر ، من خلال إنفعالات الجمهور وتفاعله مع العرض المسرحى ، ومن خلال مبيعات الشباك من التذاكر وغيرها من الطرق .

الفصل السادس

نماذج الإتصال

- ☆ ما هى نماذج الإتصال؟
- ☆ وظائف نماذج الإتصال
- ☆ صعوبات وضع النماذج الإتصالية
- ☆ تقسيم نماذج الإتصال
- ☆ بعض نماذج الإتصال :

أولاً : نماذج الإتصال الذاتى .

ثانياً : نماذج الإتصال بين فردين .

ثالثاً : نماذج الإتصال الجماهيرى .

الفصل السادس
نماذج الإتصال

ما هى نماذج الإتصال؟

إن العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع والأفراد ، لا يمكن دراستها فى فراغ نظرى ، فالبحث فى عمليات وتأثيرات الإعلام يجب أن تقوده مجموعة من الافتراضات الأساسية حول طبيعة المجتمع والأفراد والعلاقة بين الاثنين ، والواقع أن الافتراضات التى تشكل النموذج أو الـ Paradigm تعد بالفعل من الأمور المسلم بها ، بمعنى أنها افتراضات تتيح نقطة انطلاق لاستخلاص تفسيرات نظرية لجوانب أكثر دقة من الظاهرة الاجتماعية والنفسية[1] .

ونماذج الإتصال هى نماذج تشرح وتفسر عملية الإتصال وكيف تتم هذه العملية ، حيث تبدأ بالقائم بالإتصال الذى يضع المعانى التى يريد إيصالها للآخرين فى قالب

---

(١) ملفين ديفلير وساندرا روكيتش ، "نظريات وسائل الإعلام" ، ترجمة : كمال عبدالرؤوف ، القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٥ ، ص٦٣ .

رمزى ، ثم يضمنها رسالة ، مستخدماً الوسيلة ليصل بالمعانى المطلوبة إلى المتلقى أو المستقبل ، ثم ما يأتى بعد ذلك من ردود أفعال أو رجع صدى ، أو ما تتعرض له الرسالة من تشويه أو تحريف كل هذه العمليات تشرحها نماذج معينة توصل إليها علماء الإتصال(١) .

والنموذج بصفة عامة هو محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التى يفترض وجودها بين المتغيرات التى تصنع حدثاً أو نظاماً معيناً ، فى شكل رمزى ، أى أن النماذج هى – فى واقع الأمر – أدوات ثقافية تساعدنا على فهم أى ظاهرة أو نظام(٢) .

ويشير كل من دينيس ووينـدال (Denis & Windahl) إلى أن النموذج عبارة عن وصف مبسط فى شكل تخطيطى

---

(١) كرم شلبى ، "معجم المصطلحات الإعلامية" ، القاهرة : دار الشروق ، ١٩٨٧ ، ص٢٢٢ .

(٢) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ، ص٧٠ .

لجزء من الحقيقة ، بهدف بيان العناصر الأساسية لأى تركيب فى العملية الإتصالية[١] .

فى حين يرى "محمد عبدالحميد" أن النموذج عبارة عن بنـاء شكلى أو صـورى أو ريـاضى للعلاقـة بيـن العنـاصر والمتغيرات التى نقـوم بدراستها ، وذلـك للإسـهام فـى تبسـيط المعرفة وتنظيمها وشرح الظواهر العلميـة ومسـاعدة البـاحثين على التفسير[٢] .

---

(١) Denis Mc Quail and Steven Windahl; Communication Models, N.y, Longman, 1981, pp.4-5.

(٢) محمد عبدالحميد ، "الإتصـال فـى مجـالات الإبداع الفنـى الجمـاهيرى" ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٣ ، ص٢٥ .

وظائف النماذج :

أغلب نماذج الإتصال تخدم أربعة أهداف رئيسية هى[1] :

١ - تنظيم المعلومات :

أول هدف للنموذج هو معاونتنا على فهم الأحداث والعلاقات بينها ، وذلك عن طريق تنظيم المعلومات المتوافرة لدينا .

٢ - تطوير الأبحاث العلمية :

فالنموذج يصور أو يقدم أفكار الشخص الذى قام ببنائه عما يعتقد أنه المتغيرات الهامة فى العملية الإتصالية ، فى شكل يمكّن القارئ من تحليل الأسلوب الذى تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات .

بمعنى آخر يساعد النموذج الباحث على أن يحدد الأمور التى يريد دراستها بدقة ، كما أنه يظهر الافتراضات التى قد لا يلاحظها أو يهتم بها .

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٧٥-٧٨ .

٣ - التنبؤ أو التوقع :

هنـاك علاقـة قويـة بيـن الفهـم والتنبـؤ ، فـالتنبؤ مبنى على الفهم ، كما أن الفهم هـو نقطـة البدايـة التـى ننفذ منها إلى المجهول .

٤ - السيطرة على الظواهر أو التحكم فيها :

بعد الفهم والتنبؤ ، نصل إلى الهدف الأخير مـن أهداف إقامـة النمـاذج وهـو التحكم ، ذلك لأنــه عـن طريـق المعرفـة ، سـيعمل الإنسـان للسـيطرة علـى الظواهر بحيـث يسـتخدمها فـى صالحـه ... والأهداف الثلاث الأولى تخدم الهدف الأخير ، لأن التحكـم معنـاه معالجـة الظـروف التـى تحـدد حـدوث الظـاهرة بشـكل يحقق لنا الوصول إلى هدف معين .

فالعلاقة بين التحكم والفهـم هـى علاقـة وثيقـة ، كما أن العلاقة بين التحكم والتنبؤ هـى علاقـة حتميـة ، فلكى يتحقق أى تنبؤ مهما كان بسـيطاً يجـب أن نتحكـم فى الظروف التى تحدد الظاهرة التى نتنبأ بها .

صعوبات النماذج :

إلا أن هناك مجموعة من الصعوبات تواجهنا عند صنع نماذج لعملية الإتصال أهمها[1] :

- أننا نضطر إلى تجميد العملية التى نصف عناصرها أو مكوناتها .
- أننا قد ننسى أو نغفل بعض العناصر ونحن نجمد العملية ، أو قد نفصل العناصر التى لا تقبل الفصل .
- أننا نضطر إلى استخدام اللغة فى الوصف ، واللغة هى نفسها "عملية" تتغير من وقت لآخر .

(١) جيهان رشتى ، المرجع السابق ، ص٨٣ .

تقسيم نماذج الإتصال :

قد تقسم نماذج الإتصال طبقاً لطريقة عرضها إلى : النماذج اللفظية – اللفظية المصورة – الرياضية – التفسيرية .

وقد تقسم طبقاً لمستوى الإتصال إلى : نماذج الإتصال الذاتى – الشخصى – الجمعى – الجماهيرى .

ويمكن تصنيف النماذج (فى إطار الهدف منها) تحت فئتين عريضتين هى :

النماذج البنائية :

التى تظهر الخصائص الشكلية للحدث ، أى المكونات وعدد وحجم وترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة التى نصفها .

النماذج الوظيفية :

التى تحاول أن تقدم صورة طبق الأصل للأسلوب الذى يعمل بمقتضاه النظام ، وهى نماذج تشرح طبيعة القوى أو المتغيرات التى تؤثر على النظام أو الظاهرة[١] .

---

(١) جيهان رشتى ، المرجع السابق ، ص٧٣ .

وقبل أن نستعرض بعض نماذج الإتصال نشير إلى بعض الحقائق الخاصة باستعراض نماذج الإتصال ، يلخصها "محمد عبدالحميد" فيما يلى(١) :

- أن هذه النماذج عكست بشكل واضح التطور التاريخى لعلم الإتصال والإعلام منذ الثلاثينات حتى الآن ، وعكست الإسهامات التجريبية التى تمت فى هذا المجال من أجل وضع إطار نظرى لهذا العلم وفروعه المختلفة ، وهذا يتضح فى سيادة النموذج الخطى فى المراحل الأولى بينما اتسع الاهتمام بعد ذلك بالنماذج الدائرية .
- أن تحديد نماذج للإتصال المواجهى وأخرى للإتصال الجماهيرى لا يعنى التحديد الدقيق للاستخدام والتطبيق ، ولكنها رؤية تعكس اتجاه الدراسة المتخصصة والبحوث التى قامت عليها هذه النماذج .
- بجانب المحاولات التى قدمها الخبراء لبناء نماذج شاملة فإنه مازال هناك العديد من النماذج التى تهتم

---

(١) محمد عبدالحميد ، "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير" ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧ ، ص٨٧-٨٨ .

بعنصـــر واحـــد أو عنصريـــن وتـــأثيرهم فـــى عمليـــة الإتصال ، وهذه لا يمكن أن نوجه إليها النقد بقصورها فى عملية تفسير الحركة أو التـأثير ، ولكنهـا تكـون قـد قـامت بدورهـا فـى حـدود الأهـداف العلميـة لبنـاء هـذه النماذج ، ويجب عند دراسـة النمـاذج النظـر إلـى هـذه النماذج نظرة كلية مجتمعة ، وذلك حتى يتسنى للجهـود العلمية تقديم نموذج شامل فى هذا المجال .

بعض نماذج الإتصال[1] :

أولاً : نماذج الإتصال الذاتى : Intera Personal

(١) نموذج بولدنج : K. Boulding

وفقاً لنموذج "بولدنج" ، يطور كل واحد فينا وهو ينمو تصور منظم للعالم ، الأمر الهام فى هذا التصور هو أن كل جزء يعمل فى نطاق الكل ليخلق بناء عاماً له معنى ، أى تجربة جديدة يتم استقبالها وتفسيرها بطريقة من أربع طرق :

- إما أن تضيف إلى التصور الحالى الموجود معلومات جديدة .
- أو تدعم التصور الحالى .
- أو تحدث مراجعات طفيفة على هذا التصور .
- أو تؤدى إلى إعادة بناء التصور الذى لدى الفرد لواقعه بشكل جيد .

---

(١) اعتمدنا فى هذا الجزء على مرجع أ.د. جيهان رشتى : الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، المرجع السابق ذكره ، وفيه عرضت د. جيهان للعديد من نماذج الإتصال الذاتى والشخصى والجماهيرى بالتفصيل ، ويمكن للقارئ الرجوع إلى هذا المرجع إذا أراد الاستزادة ، (وقد أخذنا هذه النماذج عنها بتصرف واختصار لأنها هى التى قامت بترجمة هذه النماذج عن أصولها ، ومعظم المؤلفات من بعدها فى هذا المجال أخذت عنها) .

ويتوقف التغيير الذى تحدثه تلك التجربة على قوة واستقرار تصورنا الحالى ونوع التجربة التى نتعرض لها .

تنطبق هذه النظرية على الإتصال الذاتى فى أن الفرد يقرر وفقاً للتصورات التى صنعها لنفسه ما سيفعله بالمدركات التى تأتى إليه ، وكيف يعطى تلك المدركات معنى .

(٢) نموذج بارنلند : Barnlud

يؤكد هذا النموذج حقيقة أن الإتصال له طبيعة دائرية أى يسير فى اتجاهين ، ولم يقتصر هذا النموذج على الخصائص البنائية للإتصال أى على المكونات مثل المصدر والرسالة والوسيلة والمتلقى ، بل يهتم أيضاً بالعلاقة الوظيفية التى تحكم الجوانب التكوينية ، وهو يؤكد أن الإتصال عملية ، كما يركز على العلاقات الفعلية التى تدخل فى ظاهرة الإتصال ، وهو لا يهتم كثيراً بخصائص المصدر والمتلقى كوحدات تصنع الدائرة الإتصالية ، ولكنه يهتم أكثر بوظائف وضع الفكر فى كود وفك الكود ، وقد أدى تأكيد النموذج على الوظائف الإتصالية أيضاً إلى ازدياد الاهتمام بالإطار الذى يحدث فيه الإتصال والقالب الاجتماعى الذى يحدث فيه

التفاعل ، وأكد "بارنلند" على أهمية الدلالات المتنوعة التى تصنع التأثيرات الداخلية والخارجية ، وهذه الدلالات هى :

- الدلالات العامة :

مثل درجة حرارة المكتب أو السبورة فى الفصل ، وهى نوعان :

- الدلالات الطبيعية :

أى التى يوفرها لنا العالم المادى بدون تدخل من الإنسان وتتضمن الأحوال الجوية والخصائص البصرية والملموسة للمعادن ولون وأشكال الحياة النباتية والظواهر الطبيعية .

- الدلالات المصنوعة :

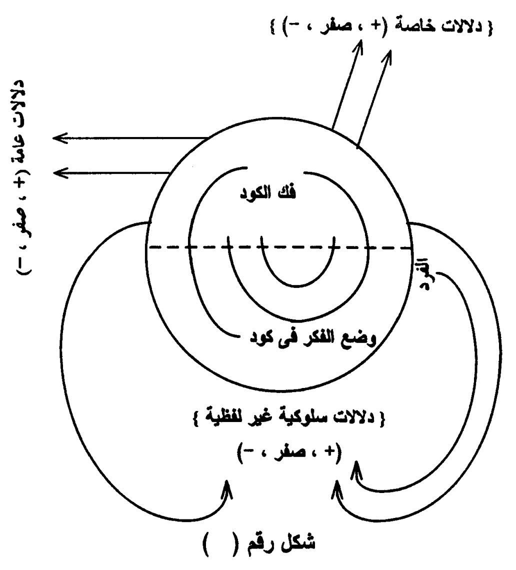
والتى تنتج عن تعديل الإنسان للظروف المحيطة به وتأثيره عليها ، وتتضمن تحويل الخشب إلى أثاث أو الصلب إلى أشكال معينة أو السيطرة على المناخ بواسطة تكييف الهواء .

- الدلالات الخاصة :

مثل الإحساس بالألم أو الشعور بالضيق فى الحذاء ، وهذه الدلالات متوفرة فقط للفرد الذى يدركها وليست متوافرة فى شخص آخر .

- الدلالات السلوكية غير اللفظية :

وهى عبارة عن الملاحظات التى صنعها الفرد عن نفسه وهو يقلب صفحات مجلته أو يرى نفسه فى المرآة ولا تتضمن الدلالات السلوكية الأعمال العمدية التى يقدم عليها الفرد مثل إحكام رابطة عنقه أو التقاطه للمجلة ، أو أسلوب إمساكه للسيجارة لا شعورياً ، أو التحرك فى كرسيه ، وتختلف هذه الدلالات عن الدلالات العامة فى أن الفرد يبدؤها ويسيطر عليها .



شكل رقم ( )

نموذج بارنلند (عن د. جيهان رشتى ، مرجع سابق)

والقيمة التى نعطيها لأى دلالة من الدلالات تعنى قـدرة الفرد على معاونتنا على تفسير الظرف المحيط بنا تظهر فى شكل + ، صفر ، - ، وعلامة (+) تعنى أن الدلالـة تقـوم بتدعيم التفسيرات السـابقة أو الجديـدة ، علامـة (-) تعنـى أن الدلالة تناقض آرائنا أو أنماط سلوكنا أو أنها تحتاج إلى إعادة النظر فى الصورة التـى صنعناها للواقع المحيط بنا ،

أما علامة (صفـر) فتعنـى أن الدلالـة لا تـؤدى أيـاً مـن هـاتين الوظيفتين .

(٣) نموذج باركر وويزمان : G. Wiseman & L. Barker

يركز هذا النموذج – شأنه شأن معظم نماذج الإتصـال الذاتى – على المنبهات التى يتأثر بها الفرد .

ويرى "بـاركر وويزمـان" أن الفـرد يتـأثر بنوعيـن مـن المنبهات ، الأول منبهـات داخليـة تنبـع مـن داخـل الفـرد ذاتـه ويحكمهـا اعتبـارات فسـيولوجية وسـيكولوجية ، مثـل الجـوع والعطـش (فسـيولوجى) ، القلـق والخـوف والفـرح (سيكولوجى) .

الثانى هو المنبهات الخارجية تأتى الفرد من البيئة المحيطة بـه وهى إما أن تكون ظاهرة وصريحة وتتعلق بأشياء مادية مثل إشـارة المـرور ، أو غير خفيـة غير صريحـة وتتعلـق أكـثر بأشياء معنوية كالموسيقى التصويرية .

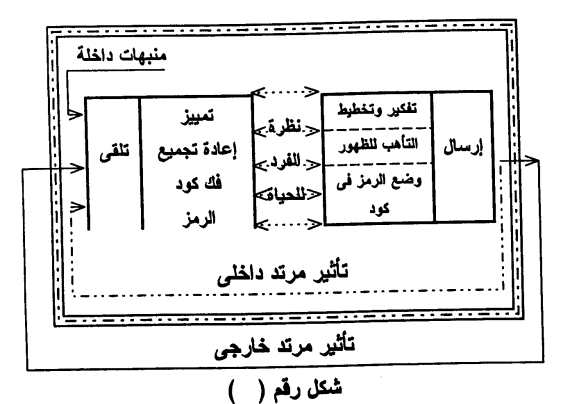
مـاذا يحـدث عندمـا يتعـرض الفرد لتلك المنبهـات أو المثيرات؟

يـرى "بـاركر وويزمـان" أن الفـرد يتلقـى هـذه المنبهـات أو يستقبلها فى شكل نبضات عصبية تأخذ طريقها إلى المخ ، ثم يميز المخ بين هذه المنبهـات ، ويختـار بعضـاً منهـا يخضعهـا للتعكير بعد أن يكون قد قـام بفك كودهـا ثم تحدث بعد ذلـك عملية الاستجابة .

أى أن التأثر بالمنبهات وفقاً لنموذج "بـاركر وويزمـان" يمر بست مراحل هى :

- التمييز .
- إعادة تجميع المنبهات التى وقع عليها الاختيار بالفعل .
- ترتيب المنبهات فى شكل خاص له معنى .
- فك كود رموز المنبهات التى تم ترتيبها .
- تحويل الرموز التى تم فكها إلى رموز فكرية .
- حدوث الاستجابة .

وقد أكد "بـاركر وويزمـان" علـى المرحلـة السادسـة والخاصـة بالاسـتجابة أو رد الفعـل خاصـة الملمـوس أو المحسوس والناتج عن عملية التفكير والذى يظهر غالبـاً فـى شكل استماع الفرد لنفسه .



شكل رقم ( )

نموذج باركر وويزمان

(عن : د. جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام)

ثانياً : نماذج الإتصال بين فردين :

(١) نموذج ديفيد برلو : David Berlo

نشر برلو نموذجه عن الإتصال بين فردين فى عام ١٩٦٠م ، ويقوم هذا النموذج على افتراض أن الفرد يجب أن يفهم السلوك البشرى حتى يستطيع أن يحلل عملية الإتصال ، والعناصر الرئيسية فى نموذج برلو هى :

أ - المصدر :

يتوقف نجاح الإتصال على توافر بعض الشروط فى المصدر أهمها :

١ - مهاراته الإتصالية .

٢ - اتجاهاته .

٣ - مستوى معرفته .

٤ - النظام الاقتصادى والثقافى الذى يعمل فى إطاره .

- مهارات الإتصال عند المصدر : هناك خمس مهارات أساسية للإتصال بالنسبة للمصدر اثنتان منها متعلقتان بوضع الفكر فى كود وهما الكتابة والتحدث ، واثنتان متصلتان بفك الكود وهما القراءة والاستماع ، والمهارة الخامسة هى القدرة على التفكير ووزن الأمور .

- اتجاهات المصدر : تؤثر على إتصاله بشكل مباشر ، وعلى الباحث المهتم بدراسة تأثير الإتصال أن يحدد منذ البداية ما إذا كانت اتجاهات القائم بالإتصال نحو نفسه ، ونحو الرسالة ، ونحو الجمهور سلبية أم إيجابية .

- مستوى معرفة المصدر : أن قدرة المعرفة التى لدى المصدر عن الموضوع يؤثر على رسالته ، فنحن لا نستطيع أن ننقل ما لا نعرفه ، من ناحية أخرى إذا كان المصدر يعرف "الكثير جداً" أو إذا كان متخصصاً أكثر من اللازم فقد لا ينجح فى نقل المعانى المطلوبة ، لعدم قدرته على التبسيط واستخدامه تعبيرات فنية لا يستطيع المتلقى أن يفهمها .
- النظام الاجتماعى والثقافى : يتأثر القائم بالإتصال بمركزه فى النظام الاجتماعى والثقافى .

ب- المتلقى :

ما ذكرناه على المصدر ينطبق أيضاً على المتلقى ، فالمصدر يتحول أحياناً إلى متلقى ، والرسائل التى تصدر عنه سوف تحددها الرسائل التى يتلقاها .

جـ- الرسالة :

الرسالة هى النتاج المادى والفعلى للمصدر الذى يضع فكره فى كود ، وهناك ثلاثة أمور على

الأقل يجب أن نأخذها فى الاعتبار بالنسبة للرسالة وهى : كود الرسالة – مضمون الرسالة – طريقة معالجة الرسالة .

د – الوسيلة :

وهى القناة التى تحمل الرسالة إلى المتلقى ، ويتوقف اختيار الوسيلة على قدرات المتلقى وعلى قدرات المصدر .

ويلاحظ أن نموذج "برلو" لا يتضمن رجع الصدى ، وهذا مصدر ضعف كبير فى هذا النموذج ، كذلك لا يؤكد أن الإتصال عملية ، ولو أن "برلو" لا يتجاهل هذا فى مناقشته للنموذج حيث يقول :

حينما نريد تحليل عملية الإتصال نحن نفتتها لأننا مضطرون للتحدث عن المصادر والرسالة والوسائل والمتلقين ، ولكن علينا أن نعى ما نفعله ، فنحن نجمد العملية مضطرين ، ولكننا لا يجب أن نخدع أنفسنا ونؤمن بأن الإتصال يحدث بالإعداد .

(٢) نموذج وستلى وماكلين : Westley & Maclean

يعتبر هـذا النمـوذج ملائمـاً لجميـع مسـتويات الإتصـال ابتداء من الإتصال بين فرد وآخر حتى الإتصال الجماهيرى ، وهذا النموذج مقسم إلـى أربعـة أقسـام ، القسـم الأول : يركـز على الحالة التى يشاهد بهـا الفـرد بنفسـه الأحـداث أو الأشـياء التـى تقـع مـن حولـه ، فـى القسـم الثـانى : يظهـر مصـدر للمعلومات ، هذا المصـدر قـد يكـون فـرد أو جماعـة أو نظـام اجتماعى ، والذى يؤثر فى المتلقى ، ويوفر المتلقـى للمصـدر رجع صدى يحيطه علماً بتأثير رسالته ، وفى القسـم الثـالث : يظهر حارس البوابة ، وهـو نـوع جديـد مـن القـائم بالإتصـال يقوم باختيار الأحداث الملائمة لاحتياجات المتلقى ، وفى القسم الرابـع : يؤخـذ فـى الاعتبـار رجـع الصـدى مـن المتلقـى إلـى حارس البوابة وإلى المصدر أيضـاً ومـن حـارس البوابـة إلـى المصدر .

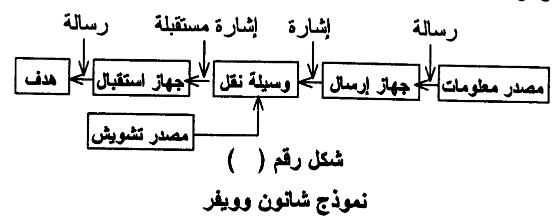
(٣) نموذج شانون وويفر : Shannon & Weaver

اخترنا عرض هذا النمـوذج لأنـه مـن النمـاذج اللفظيـة المصورة ، كما أنه يعتمد على نظرية المعلومـات التـى قدمهـا كلود شانون والتى قامت على مفاهيم رياضية .

وتحدث عملية الإتصال وفقاً لهذا النموذج كما يلى :

يختار المصدر رسالة ويقوم بوضعها فى كود ويقوم بإرسالها عن طريق جهاز إرسال يحول الرسالة إلى إشارات ، ثم يقوم جهاز الاستقبال بفك كود الإشارات ويحول الرسالة إلى هدف يستقبله المستقبل .

وهو ما يوضحه الشكل التالى :



شكل رقم ( )

نموذج شانون وويفر

ويحاول هذا النموذج الإجابة على تساؤل رئيسى هو : كيف يمكن للمصدر أن ينجح فى توصيل رسالته إلى هدفه بأقل قدر من التحريف أو الخطأ الناجم عن التشويش؟

ولذلك تم تحديد مجموعة من المفاهيم الهامة فى هذا النموذج مثل التشويش والذى قد ينشأ من المرسل أو الرسالة أو المستقبل ، وأيضاً مفهوم الانتروبى Entropy والذى يعنى

العشوائية فى بناء الرسالة أو سوء التنظيم ، والحشو والزيادة وعلاقتهما بفهم الرسالة .

ورغم أهمية هذا النموذج والذى حاول الاستفادة من النظريات الرياضية والهندسية والفيزيائية ، والذى يعتمد أساساً على الجوانب الفنية للإتصال ، رغم ذلك فإن هذا النموذج يكتنفه العديد من العيوب لعل أهمها انه ينظر إلى الإتصال على أنه خطى أى يسير فى خط واحد ولا يشير إلى أن الإتصال عملية دائرية ، ولذلك فقد أضاف العالم "نوبرت وينر" إلى هذا النموذج فيما بعد مفهوم "رجع الصدى" .

وهذا النموذج لم يأخذ ظواهر الإتصال واللغات البشرية بعين الاعتبار ، فهو ينظر إلى الإتصال بوصفه عملية خطية ، ولم يعر مدلول الرسالة البشرية أى اهتمام ولم يلتفت إلى المتخاطبين أنفسهما (المرسل والمستقبل) .

ثالثاً : نماذج الإتصال الجماهيرى :

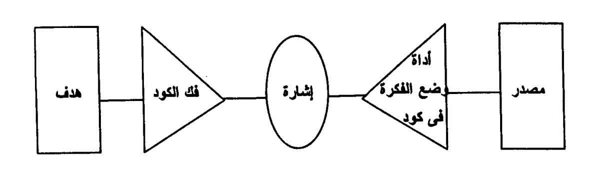
(١) نموذج ولبر شرام : Wilbur Schramm

ينظر "ولبر شرام" إلى الإتصال الجماهيرى على أنه عملية دائرية ، فكل فرد يضع أفكاره فى كود ويفسر ما يتلقاه ويستجيب .

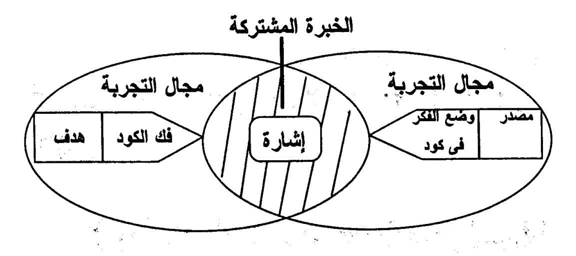
وقبل أن يصل "شرام" إلى الصورة النهائية لنموذجه فى سنة ١٩٧١م قدم العديد من النماذج التى مهدت لنموذجه النهائى .

يقول شرام : إن الشخص عندما يسعى إلى نقل معلوماته أو أفكاره أو مشاعره إلى شخص آخر عليه أن يضع تلك المعلومات أو الأفكار فى شكل يمكن نقله ، فهو يضعها فى كود أو رمز .

ولكى نكمل عملية الإتصال لابد من فك كود أو رموز الرسالة ، وهو ما يوضحه الشكل التالى :



ثم طور شرام نموذجه بإدخال مجال الخبرة لكل من المرسل والمتلقى ، وهو ما يوضحه الشكل التالى :

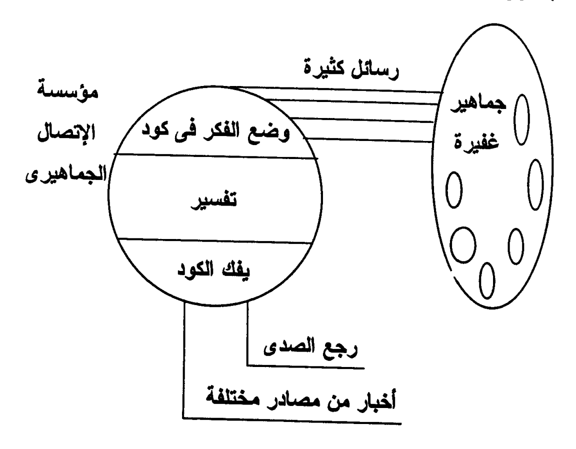


المصدر يستطيع وضع أفكاره فى كود Encode والمتلقى يستطيع أن يفك الكود Decode فقط على أساس خبرة كل منهما ، وعلى هذا الأساس فإذا كانت الدوائر بها جزء كبير مشترك يصبح الإتصال سهلاً ، أما إذا لم تتقابل الدوائر ، أى إذا لم يكن هناك تشابه يصبح الإتصال مستحيلاً .

بعد ذلك أدخل "ولبرشرام" عامل "التشويش" على الرسالة الإعلامية فى اعتباره ، والتشويش هو أى شئ يدخل فى سلسلة الإتصال لا يكون فى نية المرسل أن يضعه .

كما أشار "شرام" إلى رجع الصدى ، والذى يعتبر عاملاً هاماً فى عملية الإتصال ، لأنه يخبرنا كيف تفسر رسائلنا أو كيف يستجيب الجمهور لها .

ومن كل ما تقدم ... يقدم شرام النموذج التالى الذى يصور عملية الإتصال الجماهيرى :



ومن الشكل السابق ... تظهر عملية الإتصال دائرية ، فكل مؤسسة إعلامية تعبر عن آرائها للآخرين أو لنفسها ، ثم تترجم وتفسر وتستقبل فى نفس الوقت آراء الآخرين .

ونموذج "شرام" ينظر إلى جمهور الإتصال الجماهيرى على أساس تجمعات ، فكل فرد عضو فى جماعة ، ووسائل الإتصال الجماهيرى نادراً ما تؤثر بشكل مباشر على الجمهور ، وتأثير وسائل الإتصال يصبح أسهل وأكبر إذا غذينا المجموعات الصغيرة بالأفكار والمعلومات عن طريق بعض الأفراد (قادة الرأى) الذين يستقبلون الرسائل الإعلامية .

بهذا يصبح التأثير الرئيسى لوسائل الإتصال على الأفراد تأثيراً غير مباشر ، بل يتم عن طريق وسطاء ، يجعلنا ندرك أهمية توجيه الرسالة إلى الأفراد كأعضاء فى جماعات ، وأن نأخذ فى الاعتبار أن الأفراد يتأثرون بآراء أفراد مثلهم ، وأن تأثير وسائل الإتصال فى أغلب الأحوال هو تأثير غير مباشر عليهم .

(٢) نمـوذج تشـارلس رايـت Charles Wright (التحليـل الوظيفى) :

يركز التحليل الوظيفى على توضيح المهام التى يسـعى القائم بالإتصال إلى تحقيقها Functions والنتـائج التـى تحـدث بدون أن يهدف إليها Dysfunction's والتحليل الوظيفـى يهتـم بدراسة المهام التى تؤديها أى ظاهرة من الظواهر فـى النظـام الاجتماعى ، وفى هذه الحالة وسائل الإتصال الجماهيرى مـن الظواهر التى تؤثر بلا شك علـى النظـام الاجتمـاعى أو علـى أدائه لمهامه .

وقد أضاف "رايت" إلى نمـوذج هـارولد لازويـل الـذى يقول أن دراسة الإتصال الجماهيرى تهتم بدراسة مـن يقـول ، مـاذا ، لمـن ، كيـف ، وبـأى تـأثير ، أضـاف معـانى ومفـاهيم جديدة حيث يشير بـأن هنـاك مهـام ظـاهرة (مقصـودة) ومهـام خفيـة (غـير مقصـودة) لكـل مـادة إعلاميـة يتـم نقلهـا بواسـطة وسائل الإتصال الجماهيرى ، وأن أى إتصال له فوائد إيجابيـة ونتائج سلبية على النظام الاجتمـاعى الـذى يحـدث فـى إطـاره وعلى الجماعات ، وعلى الأفراد ، وعلى النظم الثقافية .

والنتائج المطلوبة أو التى يهدف القائم بالإتصال إلى تحقيقها تسمى مهام ظاهرة والمهام التى لم يكن يهدف إلى تحقيقها هى مهام خفية ، وأى عمل قد يكون له تأثيرات مطلوبة وتأثيرات غير مطلوبة .

ويصبح السؤال فى ظل نموذج التحليل الوظيفى هو :

ما هى المهام :

١- الظاهرة . ٣- المطلوبة .

٢- والكامنة . ٤- وغير المطلوبة .

للإتصال الجماهيرى الذى يقوم :

٥- بالتعريف بالظروف المحيطة (الإخبار) .

٦- ونشر المقالات للتوجيه .

٧- ونقل التراث الثقافى .

٨- والترفيه .

على :

٩- المجتمع .

١٠- والجماعات الفرعية .

١١- والفرد .

١٢- والنظم الثقافية .

الفصل السابع

نظريات تأثير وسائل الإتصال

- ☆ تاثير الإتصال
- ☆ كيف ندرس تاثيرات الإتصال؟
- ☆ تطور نظريات تاثير وسائل الإتصال
- ☆ نماذج لبعض نظريات تاثير وسائل الإتصال :

أولاً : نظريات التاثير المباشر

ثانياً : نظريات التاثير الإنتقائى

ثالثاً : نظريات التاثير غير المباشر

الفصل السابع
نظريات تأثير وسائل الإتصال

تأثير الإتصال :

إن قياس أثر الإتصال من الصعوبة بمكان ، ومع ذلك فإن "التأثير" هو الهدف الأساسى لأى عملية إتصالية ، فنحن نتصل لنؤثر ، ونحن فى تواصلنا نتأثر .

وتأتى صعوبة دراسة "التأثير" من صعوبة فصل تأثير الإتصال عن التأثيرات المختلفة للمؤسسات الإجتماعية التى يعايشها الإنسان ، ويمكن رصد ومعرفة التأثيرات المختلفة للإتصال المباشر ، حيث يتمكن القائم بالإتصال من معرفة رد فعل الجمهور ، وحجم التعرض لرسالته ، وذلك بعكس الإتصال الجماهيرى أو الإعلامى ، حيث أنه ليس من السهل قياس رجع الصدى ومدى تأثر الجماهير بالرسالة الإعلامية ، ولذلك سنركز هنا على التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام .

والأثر الإعلامى هو ما يحدث من تغيرات على مستقبل الرسالة ، وتعلمه شيئاً من محتوى هذه الرسالة ، أو

تبنيه إتجاهاً مؤيداً لمحتوى هذه الرسالة ، أو تخليه عـن أفكـار كان قد تبناها من قبل[1] .

(١) Nafziger, Ralph and Whit, Daved M; "Introduction of Mass Communication Research", (Louisiana State University Press), 1985, P223.

كيف ندرس تأثيرات وسائل الإتصال :

ومن الضروري أن نعرف كيف ندرس تأثير وسائل الإتصال الجماهيرية على الأفراد والجماعات ، وهناك مدخلين أساسيين لدراسة الإتصال الجماهيري هما : المدخل التأثيري ، والمدخل الوظيفي .

ويعني المدخل التأثيري أساساً بدراسة التأثيرات الناتجة عن تعرض الجماهير لوسائل الإتصال الجماهيرية ويركز هذا المدخل على دراسة التغيرات التي حدثت للجمهور بعد تعرضه للمواد الإتصالية .

أما المدخل الوظيفي (Functional Approach) فيعني أساساً بدراسة وظائف وسائل الإتصال وما يمكن أن تؤديه بالنسبة للجماهير ، وأيضاً يركز هذا المدخل على دراسة الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإتصال مثل نمط الاستماع أو المشاهدة .

ومما ينبغي الإشارة إليه أن أحد هذين الإتجاهين لا يمكن وحده أن يؤدي إلى فهم دور وسائل الإتصال في المجتمع ، فوسائل الإتصال تعني باحتياجات الفرد والمجتمع

ومن ثم يستخدمونها ، غير أن وسائل الإتصال تؤثر فيمن يستخدمها ، فاستخدامنا للتليفزيون كما يقول "صمويل بيكر" يؤثر فينا ، ولكن بدون التليفزيون أو استخدامه فليست هناك تأثيرات يمكن الحديث عنها طالما أننا لا نستخدم التليفزيون .

ومدخل التأثيرات والمدخل الوظيفى هما فى الحقيقة وجهان لعملة واحدة ، وهو التصور الغربى أو الأمريكى لمفهوم الإتصال والذى يفترض أن الإتصال يمضى بشكل خطى (liner) من مصدر إلى مستقبل بهدف الإقناع أى التحول بوجهة نظر المتلقى إلى وجهة نظر القائم بالإتصال[1] .

وعلى الرغم من تحول العديد من العلماء الغربين فى فهمهم للإتصال من ذلك الشكل الخطى إلى كون الإتصال عملية (Process) إلا أن هذا التحول ظل قاصراً على المفاهيم النظرية دون أن يسهم فى توجيه بحوث الإتصال وجهة جديدة ، ورغم ظهور إتجاه حديث يربط بشدة بين المدخل

---

(١) شاهيناز طلعت ، "وسائل الإعلام والتنمية الإجتماعية" ، ط٣ ، القاهرة : الأنجلو المصرية ، ١٩٩٥ ، ص٧١ .

الوظيفى ومدخل التأثيرات ، ويستخدم نتائج البحوث الوظيفية لدراسة تأثيرات وسائل الإتصال ، إلا أن المدخل الوظيفى منذ أن تبلورت أبعاده فى منتصف السبعينات يكتسب أهمية كبرى فى دراسة وسائل الإتصال خاصة الوسائل الإلكترونية[١] .

وتعتبر دراسة "التأثيرات" من أهم وأصعب المشاكل التى تواجه الباحثين فى مجال الإتصال الجماهيرى ، وترجع هذه الصعوبة إلى أنه ليس فى الإمكان دائماً دراسة "السلوك" الناتج عن عملية الإتصال ، لذلك فالدراسات التى تتعرض لدراسة التأثير تعمل فى مجال المعلومات والإتجاهات ، حيث يمكن قياس إستجابة الجمهور اللغوية والخروج منها باستنتاجات عن معلوماته وإتجاهاته ، وحتى عملية الاستنتاج هذه قد تؤدى إلى نتائج غير دقيقة .

وعلى ذلك فيجب توخى الحذر من الاستنتاجات التى نتوصل إليها عن السلوك من قياس الإتجاهات ، وتلك هى الصعوبة الأولى التى تواجهنا فى دراسة تأثير وسائل

---

(١) حمدى حسن ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٠ ، ص٩ .

الإتصال ، فما يقوله الفرد رداً على الأسئلة التى توجه إليه قد لا يعكس حقيقة بل قد يعكس رأى ، عندما نقول أن مطرباً ما صوته جميل فهذا رأى أو حكم لا يمكن أن نقول أنه صحيح أو خاطئ ... أما الحقيقة فهى عبارة أو جملة يمكن الحكم عليها بأنها صحيحة أو غير صحيحة ، فعندما نقول أن تعداد مصر بلغ ٦٥ مليون نسمة عام ١٩٩٦م فهذه عبارة يمكن التأكد من صحتها بالرجوع إلى الإحصاءات الرسمية ، والرأى قد لا يعكس السلوك لأن له طبيعة إجتماعية ، الصعوبة الثانية تنحصر فى أن أغلب الدراسات الإعلامية التى تهتم بقياس التأثير كانت تركز على النتائج المحددة لأنواع معينة من الرسائل : هل تساعد المحاضرة على جعل المنهج الدراسى أسهل؟ هل يؤدى الإعلان إلى بيع السلعة؟ هل تجعل النكتة الجمهور يضحك؟ هل ساعدت خطبة المرشح على نجاحه فى الانتخابات؟ هل يزيد البرنامج الإخبارى معرفة الجمهور بالموضوع؟[١] .

---

(١) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ، ص٥٨٢ .

ويستخدم فى قياس التأثير نوعان من الدراسـات همـا : الدراسات التجريبية والتـى اهتمت أكثر بالتـأثيرات القصـيرة الأمـد ولـم تهتـم بالتـأثيرات طويلـة الأمـد ، كمـا اهتمـت بالموضوعـات السـطحية البسـيطة أكـثر مـن إهتمامهـا بالموضوعات الأكثر تعقيداً ، كما تسعى لقياس التأثير المباشر للتعـرض لرسـالة معينـة وليـس بالتـأثير الـتراكمى البطـئ ، وركـزت هـذه الدراسـات علـى نوعيـات معينـة مـن الجمـاهير كالجنود والطلبة ، وتستنتج هذه الدراسات أن وسائل الإتصـال قوة مؤثرة جداً .

أما النوع الثانى من الدراسات فهو الدراسـات الميدانيـة والتـى ساهم فيها بقدر كبـير علمـاء الإجتمـاع ، وسـعت إلـى دراسـة الجماهير فى الظروف الطبيعية ، وركزت على السلوك وليس فقط على دراسة الإتجاهات مستخدمة الأدوات الاسـتقصائية ، وتستنتج هذه الدراسات أن تأثير وسائل الإتصال بسيط .

وفى عام ١٩٦٠م أستعرض البـاحث "جوزيـف كلابـر" عدد كبير من الدراسات التـى تنـاولت تـأثير وسـائل الإتصـال على الجماهير ، وخرج بعدة تعميمات أهمها[١] :

---

(١) Joseph T. Klabber; The Effect of Mass Communication, (Glencoe Illinois The Freepress), 1963.

- أن وسائل الإتصال ليست عادة السبب الكافى أو الضرورى لإحداث التأثير على الجماهير ، ولكنها تعمل مع ، ومن خلال ، بعض العناصر والمؤثرات الوسيطة .
- أن طبيعة العناصر الوسيطة تجعلها تعمل على جعل وسائل الإتصال عنصراً مساعداً وليست السبب الوحيد فى تدعيم أو تقوية الإتجاهات الموجودة .
- فى الأحوال الخاصة التى تساعد وسائل الإتصال فيها على إحداث التغيير تسود حالة من حالتين : إما أن العوامل الوسيطة لا تعمل وبذلك يصبح تأثير وسائل الإتصال مباشراً ، أو أن العوامل الوسيطة تساعد هى نفسها على إحداث التغيير .

وبعد أن قدم "كلابر" هذه التعميمات أوضح أنه لا يجب تفسير تلك التعميمات بحيث تعنى أن وسائل الإتصال ليست قوية ، فكثيراً ما تكون هى السبب الرئيسى فى التأثير ، والحقيقة التى تقول أن وسائل الإتصال تعمل من خلال أو مع عوامل وسيطة لا يجب أن تخفى عن عيوننا حقيقة أن لوسائل الإتصال خصائص تميزها عن المؤثرات الأخرى ، وأنه

بفضل هذه الخصائص ، يصبح لوسائل الإتصال تأثيرات متميزة .

وعموماً ، فإن تأثير الإتصال لا يخرج عن واحد من ثلاث :

- إما خلق إتجاهات جديدة .
- أو تدعيم إتجاهات موجودة .
- أو تغيير إتجاهات موجودة .

وأثبتت الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإتصال أنها أكثر احتمالاً أن تدعم الآراء والإتجاهات الموجودة من أن تغيرها ، وأكثر احتمالاً أن تحدث تعديلات طفيفة من أن تحدث تغيرات أساسية .

والواقع أن تأثير وسائل الإتصال لا يمكن عزله ، بأن نقول أن مشاركة الأفراد فى الانتخابات نتيجة للندوات التى عقدها التليفزيون مثلاً ، ولكن قد يدفع الفرد للمشاركة فى الانتخابات إتجاهاته أصلاً ، وانتمائه لحزب معين ، وشخصيته ، ومحيطه الأسرى وغيرها ، وعلى ذلك فتأثير وسائل الإتصال هو مجرد متغير يعمل مع متغيرات أخرى .

ورغم ذلك يمكن حصر ثلاث تأثيرات رئيسية للإتصال هى :

- تغيير فى معلومات المتلقى .
- تغيير فى إتجاهات المتلقى .
- تغيير فى السلوك العلنى أو الظاهر للمتلقى .

وهذه التغيرات الثلاث غالباً ما تحدث متتالية ، بمعنى أن التغيير فى المعلومات يسبق التغيير فى الإتجاهات ، والذى يسبق بدوره التغيير فى السلوك .

وبعبارة أخرى فإن وسائل الإتصال أكثر فاعلية فى مد الجماهير بالمعلومات ، يلى ذلك أنها أكثر فاعلية فى التأثير على إتجاهات وآراء الجماهير ، وأخيراً فهى أقل فاعلية فى التأثير على سلوك الجماهير .

ورغم أهمية وسائل الإتصال فى نشر المعلومات التى تساعد الأفراد على فهم ما يحيط بهم من ظواهر وأحداث ، وبناء صورة للواقع المحيط بهم ، إلا أنه هناك عدة محاذير تؤخذ فى الاعتبار أهمها :

- أننا قد نحصل من وسائل الإتصال على معلومات غير دقيقة ومتحيزة ، وعند ذلك يصبح التصور الذى نبنيه بناء على تلك المعلومات محرفاً .

- أن ما لا تقدمه وسائل الإتصال من معلومات ، قد يكون له نفس أهمية ما تقدمه من معلومات ، فنتيجة للتدفق الهائل للمعلومات لا تستطيع وسائل الإتصال تقديم كل ما يصل إليها منه ، وقد أثبتت إحدى الدراسات على سبيل المثال أن محرر الأخبار الخارجية فى الصحيفة يستخدم ١٠٪ فقط مما يصله من أخبار .

- أننا ندرك أن الرسائل التى يتم نقلها بالوسائل الجماهيرية – خاصة الرسائل الإخبارية – تصل إلى ملايين من الجماهير ، وأن الذى يقدم تلك الرسائل مؤسسات كبيرة تهدف إلى تقديم أحداث هامة عن الظروف المحيطة وتؤثر علينا بحيث تجعلنا نعتبر الكثير مما يُقدم هاماً وجدير بالتفكير .

وتقدم د. "جيهان رشتى" عدة تعميمات عن كيف ومتى ستؤثر الرسائل الإعلامية على المتلقين ، وعن نوعية إتجاهات التأثير(1) :

أولاً : أننا نتقبل أكثر الرسائل التى تتفق مع تصورنا الحالى ، ونتقبل الرسائل التى تجعلنا نستبقى أو نحتفظ وندعم معتقداتنا وقيمنا ، أما الرسائل التى لا تتفق مع هذا التصور فستواجه مقاومة أما عن طريق تجاهلها وتجنبها وإما بالجدال المضاد لها للتقليل من شأنها ، وأما بالهجوم على مؤهلات مصدرها أو بإساءة تفسيرها أو تحريفها .

ثانياً : أن الوسائل التى تتنافر أو لا تتفق مع أبعاد قيم تصور المتلقى ستواجه عادة مقاومة أكبر من الرسائل التى لا تتفق مع أبعاد معرفته .

فعلى سبيل المثال : الفرد المتعصب الذى يتعرض لرسالة تهاجم جانباً من جوانب معرفته عن جماعة

(1) جيهان رشتى ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٦٠٩-٦١١ .

من جماعات الأقلية وتقول "أن أفراد هذه الجماعة ليسوا قذرين بل أنهم يستحمون يومياً" لن يلاقى صعوبة كبيرة فى تقبلها ولكن الرسالة التى تهاجم تقيميه العام لهذه المجموعة مثل "أنهم ليسوا سيئين بل هم قوم طيبون" سوف يجد صعوبة فى تقبلها .

ثالثا : أننا أكثر تقبلاً للمعلومات التى تتصل باحتياجاتنا ، والرسائل التى تشير إلى طريقة للحصول على مكاسب أكبر بتكاليف أقل ، والتى تسهل بطريقة ما تحقق الأهداف ، سيسهل قبولها أكثر من الرسائل التى لا تحقق ذلك .

رابعاً : حيث أننا نتقبل المعلومات لكى تساعدنا على بناء أو تشييد الظروف الإجتماعية والمادية المحيطة بنا ، فإن إدراكنا لحدوث تغيرات على الظروف المحيطة يجعلنا أكثر تقبلاً للرسالة الإعلامية ، ذلك لأن إدراكنا لحدوث تغييرات على الظروف المحيطة يزيد إحساسنا بعدم اليقين ويقلل من دقة تصورنا للعالم الذى نعيش فيه ، وبهذا يضعف يقيننا عن الأسلوب الذى يجب أن نعمل بمقتضاه فى هذا

العـالم ، ويدفعنـا هـذا إلـى السـعى للوصـول علـى معلومات جديدة إمـا لكـى نصحـح تصورنـا أو لكـى نعيد تنظيم ذلك التصور .

خامساً: أن طبيعة الظرف الإتصالى كله تعمل كمؤثر وسيط بالنسبة لكل نقطـة مـن النقـاط الأربـع السـابقة ، فالرسالة التى تفسر على أنها تتفق مع تنظيمنا للواقع والتـى تجعلنـا نحتفظ أو نبقـى علـى معتقداتنـا فـى ظرف ما قد ننظر إليها فـى ظـرف آخر علـى أنهـا لا تتفق أو تتنافر بشكل كبير مع الواقع وتـؤدى إلـى إعادة تعريف .

تطور نظريات تأثير وسائل الإتصال :

حتى نهاية العقد الثالث من القرن العشرين كانت هنـاك وجهة نظر تؤمن بـأن لوسـائل الإتصـال تـأثير قـوى ومباشـر على المعلومـات والإتجاهـات والسلوك وتعتـبر وجهـة النظـر هذه أن جماهير وسـائل الإتصـال مجـرد كائنـات سـلبية تتـأثر ولا تؤثـر ، وأن هـذه الجمـاهير مهيئـة – دائمـاً – لاسـتقبال الرسائل الإتصالية .

ووجهة النظر هذه هى وجهة نظـر قـاصرة ، لا تعتـبر الإتصال بالجماهير عملية تخضـع لمؤثـرات عديـدة ، ويحـدث فيها تفاعل ، وتتحكـم فـى نتيجتهـا عوامـل شـتى منهـا مـا هـو متصـل بعمليـة الإتصـال ، ومنهـا مـا هــو خــارج عـن تلـك العملية ، وتعتبر سنة ١٩٤٠م نقطة التحول عن وجهـة النظـر السـابقة ، ففـى حملـة الانتخابـات الأمريكيـة تمكـن فرانكليـن روزفلت أن ينتصر بالرغم من عداء الصحافة الأمريكية له .

والأهم من ذلك نتائج الدراسة التى قام بهـا "لزرزفيلـد" وزملاءه عـن السـلوك الانتخـابى فـى منطقـة "إيـرى" ، والتـى هدفت إلى تقييم تأثير وسائل الإعلام على عملية التصويت فى انتخابات الرئاسة ، وقد جاءت نتائج الدراسة سلبية ، فلم تكـن

هناك أدلة كافية تشير إلى أن الجماهير غيرت موقفها السياسى نتيجة لتأثير وسائل الإتصال .

وأبرزت تلك الدراسة مكانة الإتصال الشخصى وتأثيره الفعال ، حيث ذكر عدد كبير من أفراد العينة أنهم غيروا إتجاهاتهم ونواياهم الانتخابية نتيجة للإتصال الشخصى وليس نتيجة للتعرض للصحف والراديو ، وكانت هذه بداية فكرة نموذج "انتقال المعلومات على مرحلتين" من وسائل الإتصال إلى قادة الرأى ومنهم إلى الآخرين .

وتبع دراسة "إيرى" دراسات أخرى ساعدت كلها على تغيير وجهة النظر التى تعتقد أن لوسائل الإتصال تأثيراً مباشراً مثل الحقنة التى تؤخذ تحت الجلد ، وحل محلها الرأى الذى يؤمن بالتأثير الوظيفى لوسائل الإعلام ، أى التأثير الذى يأخذ الظروف الأخرى فى الاعتبار ، هذا الرأى يؤمن بأن تأثير وسائل الإعلام – فى أغلب الأحوال – غير مباشر ، بل يعمل من خلال – ومع – مؤثرات وسيطة قد تكون خارجة على عملية الإتصال ، ورغم تركيز الأسلوب الوظيفى عن أهمية المؤثرات الوسيطة الخارجة على عملية الإتصال إلا أنه

لا ينفى إمكانيات وقدرات وسائل الإتصال على أحداث التأثير .

وبعد ذلك ظهرت نظرية "التأثير الانتقائى" ، والتى تركز على الإهتمام الانتقائى ، الإدراك ، التذكر ، التصرف ، ولم تعد العلاقة مباشرة بين المثير والإستجابة كما فى نظرية القذيفة السحرية ، ولكن دخلت عوامل كثيرة بين الوسيلة والجمهور .

ثم ظهرت بعد ذلك نظريات "التأثير غير المباشر" متخطية بذلك حاجز الزمان والمكان الذى تعمل من خلاله وسائل الإتصال فى ظل نظرية التأثير الانتقائى إلى المدى الطويل الذى يظهر من خلاله التأثير غير المباشر لرسائل الإعلام .

نظريات التأثير :

النظرية – كما أشرنا من قبل – تختلف عن النموذج ، فالنظرية تأخذ فى الحسبان طبيعة العلاقة والتفاعل بين المتغيرات .

ولعـل التعريـف التـالى "للنظريـــة" يوضـــح بجـــلاء عناصرها والفرق بينها وبين النموذج :

"النظرية قالب فكرى منظم يبدأ بمجموعة من التخيلات العقلية (فروض علميـة) تقـوم بربـط مجموعـة مـن المتغيرات تعيـن البـاحث علـى تفسير العلاقـة بيـن هـذه المتغـيرات تفسـيراً منهجياً"[1] .

والإتصال "كعلم" سبقه علوم كثيرة ، أرتبط بتلك العلـوم وبالتالى تأثر بالنظريـات الخاصـة بتلـك العلوم ، خاصـة علـم الإجتماع وعلـم النفس والفلسـفة ، ولذلـك فهنـاك صعوبـة فـى تحديد ما يمكن أن نسميه "نظريات الإتصال" .

مـن الصعـب أن نصـف نظريـات أو نقـدم تفسـيرات محددة لآثار وسائل الإتصال تكون صالحة لكل المواطنين فـى كل العصور ... ولم يزل أساس العلم هو البحـث عـن حقـائق دائمة ، فالبحث العلمى يهدف إلـى وصـف للعلاقـات المنظمـة

---

(١) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، "المعجم العربـى الأساسـى" ، تونس ، ١٩٨٩ ، ص١٢٠٦ .

بين الظواهر ، وتقديم تفسيرات عن كيفية تأثير بعض الأحداث بحيث تؤدى إلى تكوين نماذج متكررة .

وبعبارة أخرى يمكن القول إن الأبحاث العلمية تهدف إلى البحث عن مبادئ لا تتغير ، وبصراحة ، فإن هذا الهدف ليس بالمهمة السهلة ، وبالذات إذا كان الأمر يتعلق بآثار وسائل الإتصال على الناس ، وذلك بسبب التطور الطبيعي لوسائل الإتصال من جانب وتطور المجتمع من جانب آخر(١) .

إلا أن "وارنرسيفرين" و "جيمس تانكرو" حددا أربع مراحل متتالية تصل بنا في النهاية إلى بلورة لنظرية الإتصال ، وهذه المراحل هى :

- فحص العلاقة بين أمرين بينهما ترابط يحتاج إلى معلومات لفهمه .
- وضع فروض لتفسير هذه العلاقة .
- محاولة وضع نموذج يقرب عملية التفسير والفهم .

---

(١) ملفين ديفلير وساندرا روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة : كمال عبدالرؤوف ، القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٢ ، ص٢١٢ .

- الوصول إلى قانون يحكم الظاهرة .

ويرى "ملفين ديفلير وساندرا روكيتش" أن هذه النظريات هى عبارة عن تعريفات استخلصت من محاولات الباحثين الكثيرة لفهم آثار وسائل الإعلام على الناس ، وهذه التعريفات تعتبر أدلة للتفسير والتكهن بما سيحدث عندما يفرض على بعض الطبقات من الشعب أشكال خاصة من الرسائل ذات محتوى إعلامى معين عبر إحدى وسائل الإتصال الجماهيرى(١) .

ويقسم "ملفين ديفلير وساندرا روكيتش" نظريات الإتصال إلى ثلاث أجيال :

الجيل الأول : عبارة عن التفسيرات الأولية التى بلورت التفكير حول آثار وسائل الإتصال ، مثل النموذج الارتقائى .

الجيل الثانى : وهو النظريات البدائية التى جاءت فيما بعد وحلت محل الأشكال الأولى ، مثل نظرية القذيفة السحرية .

---

(١) ملفين ديفلير وساندرا روكيتش ، المرجع السابق ، ص٢١٣ .

الجيل الثالث : وهو النظريات الحديثة ، والتى كانت فى معظمها ردود فعل ضد أشكال الجيل الأول .

نماذج لبعض نظريات تأثير وسائل الإتصال :

أولاً : نظريات التأثير المباشر :

☆ **نظرية الحقنة تحت الجلد (أو القذيفة السحرية) :**

Hypodermic needle or Magic Bullet

ظهرت هذه النظرية خلال الحرب العالمية الأولى على يد هارولد لازويل Harold Lasswell ، وتفترض النظرية أن لوسائل الإعلام تأثير مباشر وقوى مثل تأثير الحقنة التى تأخذ تحت الجلد ، وأهم الافتراضات التى قامت عليها هذه النظرية[1] .

- أن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأعضاء فى المجتمع الجماهيرى الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب .
- أن هذه الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر فى مشاعر وعواطف الأفراد وبقوة .

---

(١) بسيونى إبراهيم حمادة ، "وسائل الإعلام والسياسة - دراسة فى ترتيب الأولويات" ، القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٩٦ ، ص٢١٤-٢١٥ .

- أن هـذه المنبهـات تقـود الأفـراد إلـى الإستجابة بشـكل متمـاثل إلـى حـد مـا ، وتخلـق تغيـيرات فـى التفكـير والأفعال بشكل متماثل عند كل الأفراد .
- أن تأثيرات وسائل الإعـلام قويـة ومتماثلـة ومباشـرة ، ويرجع ذلك إلى ضعف وسائل الضبط الإجتماعى مثـل التقاليد والعادات المشتركة .
- أن الفـرد يتلقـى معلومـات بشـكل فـردى مـن وسـائل الإعلام وبدون وسيط .

أن رد الفعل أيضاً فردى ولا يعتمد على تأثير المتلقيـن على بعضهم .

ثانياً : نظريات التأثير الانتقائى :

(١) نظرية الاختلافات الفردية : Individual Differences

تعتمد هذه النظرية على مـا توصـل إليـه علمـاء النفس من أن الأفراد يختلفون بشكل كبير فى البناء النفسـى ، وعلـى ذلك فالأفراد من المفترض أن يستجيبون بشكل مختلف للمثـير أو المنبه .

وقد لخص ملفين ديفلير Melvin De Fleur الخطوات الأساسية لنظرية التأثير الانتقائى فى[1] :

- تقدم وسائل الإعلام رسائلها إلى أعضاء المجتمع الجماهيرى ولكنها تستقبل وتفسر بشكل انتقائى .
- أن أساس هذه الانتقائية يرجع إلى الاختلافات فى طبيعة الإدراك بين أعضاء المجتمع .
- يرجع الاختلاف فى الإدراك إلى أن كل فرد لـه تنظيم متميز من المعتقدات والإتجاهات والقيم والحاجات وما إلى ذلك .
- ولكون الإدراك انتقائى ، فإن التذكر والإستجابة أيضاً انتقائية .

وبناء على الخطوات السابقة فإن تأثيرات وسائل الإعلام ليست متماثلة ولا قوية ولا مباشرة ، وهذه التأثيرات انتقائية ومحدودة بالاختلافات النفسية للأفراد .

---

(١) بسيونى إبراهيم حمادة ، المرجع السابق ، ص٢٢٠-٢٢١ .

(٢) نظرية الفئات الإجتماعية : Social Categories

تقوم نظرية الفروق الفردية على الاختلافات بين الأفراد ، فى حين تقوم نظرية الفئات الإجتماعية على الاختلافات بين الجماعات والتى ظهرت فى أحضان علم الإجتماع وأفكار دوركايم Durkheim الخاصة بتقسيم العمل .

وتخلص هذه النظرية إلى أن أفراد الفئة الإجتماعية الواحدة من المتوقع أن يختاروا نفس المضمون الإتصالى تقريباً ، وانهم سوف يستجيبون بدرجة متشابهة إلى حد ما .

وركزت هذه النظرية على تقسيمات الجمهور على أسس ديموجرافية ، بالإضافة إلى الأخذ فى الاعتبار الجوانب النفسية .

وقد أدت البحوث التى أجريت فى إطار هذه النظرية إلى ظهور نظرية أخرى مكملة لها ، وهى نظرية العلاقات الإجتماعية Social Relations Ship والتى تؤكد على تأثير الأفراد على بعضهم البعض داخل الفئة الإجتماعية الواحدة ، فجمهور وسائل الإعلام رغم الفروق الفردية ، والفروق الإجتماعية ، ليس أفراد منعزلين ، وعلى ذلك فالعلاقات بين

الأفراد – مثلها مثل سمات الفرد – يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند تقدير تأثير وسائل الإعلام .

ثالثاً : نظريات التأثير غير المباشر :

تعتمد نظريات التأثير المباشر ، والتأثير الانتقائى على خصائص الجمهور والفئات الإجتماعية والعلاقة بينها .
فى حين تركز نظريات التأثير غير المباشر على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام ، ومدى اعتماد الفرد على وسائل الإعلام ، وتركز كذلك على العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والمجتمع .

وتميل النظريات التى تتساءل عن التأثيرات العامة والفورية لوسائل الإتصال الجماهيرية إلى أن تقوم على أساس ثلاث صور مثالية هى : البناء الوظيفى ، والخلاف ، والمنظورات التطورية أو الإجتماعية ، وهذه الصيغ غير مقصورة على دراسة وسائل الإتصال الجماهيرية ، فهى تستخدم على نطاق واسع بواسطة علماء الإجتماع لدراسة أية نظم إجتماعية أو عملية واسعة النطاق .

أما نظريات التأثير غير المباشر ، فإنها أكثر شمولاً حيث تضع فى حسبانها بعض العلاقات الإجتماعية التى تؤثر فى الناس ، وتميل إلى الجمع بين عناصر النموذج الإدراكى وجوانب من نماذج البناء الوظيفى(١) .

وسوف نستعرض فيما يلى بعض نظريات تأثير وسائل الإتصال الجماهيرية ، تدخل فى نطاق التأثير غير المباشر وتأخذ فى الإعتبار استخدامات الجمهور لوسائل الإتصال وظروف المجتمع ، وهى :

١ - نظرية الاستخدامات والإشباعات .
٢ - نظرية النموذج .
٣ - نظرية الغرس الثقافى .
٤ - نظرية تحديد الأولويات .
٥ - نظرية الإعتماد المتبادل .
٦ - نظرية الفجوة المعرفية .

---

(١) ملفين ديفلير وساندرا روكينش ، "نظريات وسائل الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٤١١

(١) نظرية الاستخدامات والإشباعات :

Uses and Gratification

يطلق عليها البعض نموذج ، والبعض الآخر مدخل ، ويطلق عليها آخرون منظور .

ويشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاته ، وما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائى ... كما يرون أن البحث باستخدام منظور المنافع والإشباع لم يولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب التى يبرر بها الناس انتقاءهم وإهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامى ، أو قوائم من الإشباعات يقول الناس أنهم يحصلون عليها من إهتمامهم بالإعلام .
ولا يضيف المنظور الكثير على طريق التفسير المنظم وراء ذلك[١] .

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة فى كتاب "استخدام وسائل الإتصال الجماهيرى" تأليف كاتز وبلوملر

---

(١) ملفين ديفلير وساندرا روكيتش ، المرجع السابق ، ص٢٦٧ .

Elihu Katz and Blumler, Jay ١٩٧٤ ، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التى تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر .

ومن وجهة نظر "كاتز وبلوملر" فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعنى بما يلى[1] :

- الأصول الإجتماعية والسيكولوجية .
- الاحتياجات التى يتولد عنها .
- توقعات .
- من وسائل الإعلام أو أى مصادر أخرى تؤدى إلى :
- أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها :
- إشباعات للاحتياجات .
- ونتائج أخرى فى الغالب غير مقصودة .

---

(١) حمدى حسن ، "الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام" ، مرجع سابق ، نقلاً عن :
Blumler, Jay G, and Elihu Katz; "The uses of Mass Communication - popular taste and organized social action"; in : Schramm and Roberts, 1977, pp.554-578.

وعلـى ذلـك فهـذه النظريـة تسـتند علـى الافتراضـات التالية[1] :

- أن أعضـاء الجمهـور فـاعلون فـى عمليـة الإتصـال ، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصـودة تلبى توقعاتهم .
- الربط بين الرغبة فى إشباع حاجـات معينـة ، واختيـار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهـور نفسـه وتحـدده الفروق الفردية .
- التـأكيد علـى أن الجمهور هـو الـذى يختـار الوسـائل والمضمـون الـذى يشـبع حاجاتـه ، فـالأفراد هـم الذيـن يسـتخدمون وسـائل الإتصـال وليسـت وسـائل الإتصـال هى التى تستخدم الأفراد .
- يكـون الجمهـور علـى علـم بالفـائدة التـى تعـود عليـه ، وبدوافعـه وإهتماماتـه ، فهـو يسـتطيع أن يمـد البـاحثين بصـورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام .

---

(١) Baran, Stanley J, and Denis Davis; Mass Communication Foundations - Ferment and Future, Wadsworth Publishing Co., (Califarnia) 1995, pp.223-224.

- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التى تقدمها وسائل الإتصال .

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية هى : التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ، وذلك بالنظر إلى الجهور النشط الذى يستخدم الوسيلة التى تشبع حاجاته وأهدافه ، الهدف الثانى : توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام ، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام ، أما الهدف الثالث فهو التركيز على أن فهم عملية الإتصال الجماهيرى يأتى نتيجة لاستخدم وسائل الإتصال الجماهيرى .

وقد صنف كثير من الباحثين دوافع المشاهدة إلى دوافعى متعددة ، فقد حدد "جربز" هذه الدوافع فى : العادة ، الاسترخاء ، قضاء وقت الفراغ ، التعلم ، الهروب ، البحث عن رفيق ، وصنفها "بالمجرين Palmgreen" إلى : تعلم الأشياء ، الاسترخاء ، تحقيق المنفعة الإتصالية ، النسيان ، المتعة أو الاستمتاع وحددها "روبن" فى : ملء وقت الفراغ ،

البحث عن المعلومات والمعرفة ، الرغبة فى تحقيق المتعة ، البحث عن رفيق .

ثم عاد "روبن" وصنفها إلى : دوافع نفعية ، ودوافع طقوسية ، فالمشاهدة النفعية التى تتم بهدف معين ، أما المشاهدة الطقوسية فتتم كعادة أو لأسباب تحويلية هروبية .

كما صنف الكثيرون أيضاً الإشباعات التى تتحقق من المشاهدة على النحو التالى :

قدم لورانس وينر (١٩٨٥) نموذجاً للإشباعات يضم إشباعات ناتجة التعرض لمحتوى وسائل الإعلام ، وإشباعات ناتجة عن عملية الإتصال نفسها واختيار وسيلة معينة ، كما قام ماكويل وزملاؤه بتقسيم الإشباعات إلى :
معلومات – تحديد الهوية الشخصية والتى تشمل التعرف على نماذج مختلفة للسلوك وتعزيز لقيم الشخص واكتساب الشخص لحسن البصيرة ، ثم التكامل والتفاعل الإجتماعى مع الآخرين ، وأخيراً التسلية والترفيه .

أهـم الانتقـادات الموجهـة لنظريـة الاسـتخدامات والإشباعات :

١ - أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشئ من المرونـة ، مثل الدافـع ، الإشـباع ، الهـدف ، الوظيفـة ، وهـذه المفـاهيم ليس لها تعريفات محـددة ، وبالتـالى فمـن الممكن أن تختلف النتائج التى نحصل عليها من تطبيـق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات .

٢ - أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية وإجتماعية ، وتختلف أهميتها من فرد لآخر ، ولتحقيق تلك الحاجـات تتعـدد أنمـاط التعـرض لوسـائل الإعلام واختيار المحتوى .

٣ - تقوم النظرية على افتراض أن اسـتخدام الفـرد لوسـائل الإعـلام استخدام متعمـد ومقصـود وهـادف ، والواقـع يختلـف فـى أحيـان كثيرة عـن ذلـك ، فهنـاك أيضـاً استخدامات غير هادفة .

٤ - تنظـر البحـوث التى تستند إلى نظريـة الاسـتخدامات والإشباعات إلى وظائف وسائل الإتصـال مـن منظـور فردى يستخدم الرسائل الإتصالية ، فى حين أن الرسالة الإتصاليـة قـد تحقـق وظـائف لبعض الأفـراد وتحقـق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر .

(٢) نظرية النموذج : Modeling Theory

تدخل هذه النظرية فى إطار نظريات التعلم الإجتماعى Social Learning والتى تهتم بدراسة كيفية اكتساب الناس لأشكال السلوك المختلفة ، والتى تتم نتيجة لعملية التعلم التى تحدث فى إطار بيئة إجتماعية محددة .

وتركز نظرية النموذج على تعرض الفرد وتأثره بنماذج السلوك التى تقدمها وسائل الإعلام ، مما يدفعه لتبنى بعض هذه النماذج .

وتعرف هذه النظرية أيضاً باسم نظرية باندورا Albert Banadura مؤسس هذه النظرية عام ١٩٦١ .

وتعالج نظرية باندورا عدداً من القضايا الرئيسية(١) :

١ - تفسير اكتساب الاستجابات الجديدة كنتيجة لملاحظة شخص آخر .

٢ - توضيح قدرة الإنسان التى تتوسط بين ملاحظة نموذج الاستجابات وما يعقب ذلك من قبل الملاحظ .

---

(١) جورج أم غازدا وآخرون ، "نظريات التعلم - دراسة مقارنة" ، ترجمة : على حسين حجاج ، الكويت : سلسلة عالم المعرفة (الجزء الثانى ، العدد ١٠٨) ديسمبر ١٩٨٩ ، ص١٤٦ .

٣ – الإهتمام بالجانب الانتقائى للسلوكيات التى جرى تعلمها بالملاحظة عن طريق الدوافع .

وعند تطبيق النظرية لشرح كيفية اكتساب أشكال جديدة للسلوك نتيجة التعرض لوسائل الإعلام ، فإن لب الموضوع هو "عملية النموذج" وباختصار ، فإن هذه العملية تتألف من مراحل عديدة يمكن تلخيصها فى العبارات التالية(١) :

١ – يلاحظ أحد أفراد جمهور المستمعين أو المشاهدين أو القراء (أو يقرأ عن) أن شخصاً (نموذجاً) يشترك فى نموذج للتصرف فى محتوى إعلامى .
٢ – يتعرف الملاحظ على النموذج ويتماثل معه ، أى يعتقد أنه (أو أنها) تشبه النموذج ، أو يريد أن يكون مثل النموذج أو يرى النموذج جذاباً وأنه جدير بأن يقلده .
٣ – ويدرك الملاحظ وهو واع ، أو يصل إلى استنتاج بدون وعى ، أن الشخص الذى يلاحظه ، أو أن

---

(١) ملفين ديفلير وساندرا روكيتش ، "نظرية وسائل الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٣٠٣ .

السلوك الموصوف سيكون مفيداً لـه ، أى أن الشخص يعتقد أن هذا السلوك سوف يؤدى إلى نتائج مرغوب فيها إذا قلد هذا السلوك فى موقف معين .

٤ - ويتذكر الشخص تصرفات النموذج عندما يواجه الظروف التى تحدثا عنها (موقف التأثير) ، ويتخذ السلوك الذى اقتنع به كوسيلة للإستجابة لهذا الموقف .

٥ - وعند اتخاذ هذا السلوك فى مواجهة موقف التأثير ، يؤدى ذلك إلى شعور الفرد ببعض الراحة ، أو المكافأة أو الرضا ، وهكذا تتكون الرابطة بين هذه المؤثرات والإستجابة المستوحاة من النموذج ، ويزداد تدعيمها .

٦ - ويزيد إعادة الدعم الإيجابى من احتمال استخدام الفرد هذا النشاط السلوكى باستمرار كوسيلة للإستجابة لمواقف مشابهة .

وقد أكد باندورا على أنه لكى تتم عملية التعلم بالملاحظة يجب أن تتم فى أربعة عمليات أساسية لتفسير عملية التعلم الكاملة وهى[1] :

(١) Bandura, Albert; Social Learning Theory (N.J. Printice Itillinc), 1977, P.22.

١ - العمليات الانتباهية : Attention Processes

وتتمثل فى الانتباه إلى المشهد أو الموقف الذى يمكن ملاحظته بشكل مباشر أو غير مباشر ، ويذكر "باندورا" أن الانتباه إلى موقف أو حدث يحدده عاملان هما خصائص الحدث وخصائص المتلقى .

٢ - عملية الاحتفاظ : Retention

وتتمثل فى عمليات الاحتفاظ طويل المدى بالأنشطة التى تصدر عن النموذج من وقت لآخر ، حيث لا يمكن للفرد أن يتأثر بملاحظة النموذج ما لم يقم بإدخال سلوكيات النموذج ، والاحتفاظ بها فى الذاكرة بعيدة المدى واستيعابها وتمثلها ، بحيث تحدث تغييراً فى بنائه المعرفى يؤدى إلى تغيير سلوكه .

٣ - عملية الاسترجاع : Reproduction

وهى العملية التى يهتم فيها الفرد إهتماماً كافياً بسلوك النموذج ويحتفظ بصورة مناسبة بالمثيرات التى وضعت لها رموز ، وتتضمن عملية الاسترجاع أو الاستخراج الحركى صوراً عقلية وأفكاراً لترشيد الأداء الظاهر ، ويمكن لهذه الصور العقلية والأفكار المكتسبة

خلال التعلم بالملاحظة أن تعمل مثيرات داخلية شبيهة بالمثيرات الخارجية التى يقدمها النموذج .

٤ - عملية الدافعية : Motivation

ويعنى بها توافر ظروف باعثة مناسبة تعين على أداء الاستجابات المكتسبة ، فالإستجابة يمكن اكتسابها والاحتفاظ بها ، وأداؤها ، ولكن لا تكون هذه الإستجابة ظاهرة ما لم يكن لها سبب أو تتوافر لها ظروف الأداء .

والمراحل الأربع السابقة هى مراحل متتابعة ، ومترتبة على بعضها ، ترتبط المرحلة الأولى والثانية (الانتباه والاحتفاظ) باكتساب المعرفة ، وترتبط المرحلة الثالثة والرابعة (الاستخراج الحركى والدافعية) بأداء السلوك .

أهم الانتقادات الموجهة لنظرية باندورا :

- تجاهلها مفهوم الحاجة ودورة الدافعى فى عملية التعلم الإجتماعى بالملاحظة ، بالإضافة إلى أنها لم تعطى الإهتمام الكافى لمتغير التكرار كمكون من مكونات عملية الاحتفاظ .

- يوجه البعض الانتقادات إلى نظرية باندورا حيث أنها اعتمدت على برامج التليفزيون التى أعدت خصيصاً لأجراء تلك التجارب وتختلف عن البرامج التى يقدمها التليفزيون بالفعل ، بالإضافة إلى أنها اعتمدت أساساً على أساليب العنف المبالغ فيها .

والحقيقة أن معظم البحوث التى أجريت فى إطار نظرية "باندورا" ركزت على اكتساب السلوك السلبى من خلال مشاهدة النماذج العدوانية فى التليفزيون ، رغم أن هذه النظرية يمكن اختبارها على النماذج الجيدة التى من الممكن أن تكسب سلوكيات إيجابية .

ويطالب د. "محمد عبدالحميد" ونحن معه بمزيد من الدراسات التى يجب أن تجرى لاختبار الفروض الخاصة بنظرية التعلم فى البيئة العربية والمصرية ، وبصفة خاصة فى اكتساب الجوانب السلوكية الإيجابية من الإقتداء بالنماذج التى تقدم فى وسائل الإعلام .

والحق يقال إن هناك محاولات جادة فى قسم "الإعلام وثقافة الطفل" بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة

عين شمس لطرق هذا الجانب الهام والخاص باكتساب السلوكيات الإيجابية فهناك مجموعة من البحوث على رأسها دراسة بعنوان "أثر الإعلانات التليفزيونية فى إكساب طفل ما قبل المدرسة بعض المهارات الإجتماعية ، وهى دراسة تجريبية قامت على فروض نظرية باندورا ، ولكنها سعت إلى الكشف عن السلوكيات الجيدة التى يمكن أن يكتسبها الطفل من مشاهدة الإعلانات التليفزيونية ، وتوصلت بالفعل إلى أن تكرار مشاهدة الطفل لهذه الإعلانات يؤدى إلى إكسابه المهارات الإجتماعية كالتقليد والتعاون والاستقلالية(١) .

(٣) نظرية الغرس الثقافى : (Cultivation Theory)

ترجع أصول هذه النظرية إلى العالم الأمريكى "جورج جربنر" Gerbner حيث بحث تأثير وسائل الإتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية فى إطار مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية Cultural Indicators .

---

(١) للإطلاع على تلك الدراسة أنظر :
محمود أحمد محمود مزيد ، أثر الإعلانات التليفزيونية فى إكساب طفل ما قبل المدرسة بعض المهارات الإجتماعية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، ١٩٩٨ .

وركزت بحوث المؤشرات الثقافية على ثلاثة قضايا متداخلة هى :

١ - دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التى تعكسها وسائل الإعلام .

٢ - دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التى تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية .

٣ - دراسة المشاركة المستقلة للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الإجتماعى[(١)] .

وتعتبر نظرية الغرس الثقافى تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى ، وتشكيل الحقائق الإجتماعية ، والتعلم من خلال الملاحظة ، والأدوار التى تقوم بها وسائل الإعلام فى هذه المجالات ، حيث تؤكد الفكرة العامة التى تجتمع حولها النظريات السابقة وهى قدرة وسائل الإعلام فى التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوالم المحيطة بهم ،

---

(١) حسن عماد مكاوى ، "تحليل الإنماء - مفهومه ومنهجه وتطبيقاته وقضاياه الحالية" ، مجلة بحوث الإتصال ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، العدد العاشر ، ديسمبر ١٩٩٣ ، ص١١ .

خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة[1] .

وقد نشأت هذه النظرية فى مواجهة ظروف إجتماعية خاصة فى الولايات المتحدة الأمريكية ، تمثلت فى ظهور موجات من العنف والجرائم والاغتيالات فى المجتمع الأمريكى فى نهاية الستينيات ، وربط الناس بين ظهور هذه الموجات والانتشار الواسع للتليفزيون ، مما حذا بالباحثين والمؤسسات البحثية فى أمريكا لإجراء العديد من البحوث حول علاقة مشاهدة التليفزيون وارتفاع معدلات الجريمة والسلوك العدوانى .

ومن نتائج تلك البحوث وضع "جربنر" مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية ، وتوصل إلى نظرية الغرس الثقافى التى ترى أن الأشخاص كثيفى التعرض لبرامج التليفزيون يختلفون فى إدراكهم للواقع الإجتماعى من الأفراد قليلى التعرض ، وأن التليفزيون وسيلة فريدة للغرس لدى

---

(١) محمد عبدالحميد ، "نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير" ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧ ، ص٢٦٢ .

الأشخاص خاصة الأطفال ، لتمتعه بخصائص منها قيامه بدور رواية الحكاية ، وإمداد الطفل بالمعلومات ، وتكرار الصور الذهنية ، وتفترض النظرية أن تقديم التليفزيون للواقع الإجتماعى يؤثر على معتقدات المشاهدين حول الواقع الإجتماعى .

كما تفترض نظرية الغرس الثقافى أن من هم قليلو المشاهدة للتليفزيون يتعرضون لمصادر معلومات متنوعة وكثيرة أخرى غير التليفزيون ، بعضها شخصى ، وبعضها جماهيرى ، فى حين أن من هم كثيفو المشاهدة للتليفزيون يعتمدون على التليفزيون أكثر من غيرهم فى الحصول على المعلومات .

وتعتمد الدراسات الخاصة بالغرس الثقافى فى إجرائها على خطوات أربع هى[1] :

---

(١) Stanly J, Baron and Dennis K, Davis; (1) Mass Communication Theory Foundation Ferment and Future, U.S.A., Wadsworth, Inc., 1995.

- تحليل نسق الرسالة من خلال التحليل المتعمق للمضمون التليفزيونى وما يعرضه من صور وأفكار وقيم وصور منعكسة تتكرر فى غالبية أنواع المضمون .
- تشكيل وصياغة مجموعة من الأسئلة عن الواقع الإجتماعى الذى يدركه الجمهور .
- تطبيق أو إجراء مسح للجمهور عن طريق طرح مجموعة من الأسئلة التى تم صياغتها خلال الخطوة الثانية تبعاً للهدف من الدراسة .
- عقد مقارنة بين الواقع الإجتماعى للجمهور كثيفى المشاهدة Heavy Viewers وقليلى المشاهدة Light Viewers .

وهناك طريقتان يقاس بهما التأثير حسب هذه النظرية :

القياس الأول : يسمى بالطلب الأول First Order وفيه يطلب من المبحوثين إعطاء توقعات كمية عن نسبة حدوث أشياء معينة ، تعرف من قبل نسبتها فى التليفزيون مقارنة مع الواقع الحقيقى ... بعد ذلك تستخدم الأساليب الإحصائية لمعرفة الفروق فى التوقعات الكمية بين أولئك الذين يشاهدون التليفزيون بشكل كثيف ، والذين يشاهدون بشكل ضعيف ،

القياس الثانى : أو الطلب الثانى Second Order وفيه يتم حساب مقدار أو حجم الفروق بين معتقدات كثيفى المشاهدة وقليلى المشاهدة ، مع الأخذ فى الاعتبار أن الناس لهم أصلاً معتقداتهم عن الواقع الإجتماعى[1] .

أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافى :

١ - لم تأخذ النظرية فى اعتبارها المتغيرات الأخرى غير كثافة المشاهدة التى تدخل فى عملية التأثير التليفزيونى مثل العوامل الديموجرافية .

٢ - يرى كل من "هاوكنز وبنجرى" أن العلاقة بين مشاهدة التليفزيون والغرس الثقافى عند مشاهديه يمكن أن ترجع إلى بعض محتوى مواد أو برامج التليفزيون ، ولا تنطبق على البعض الآخر من البرامج ، وكذلك فإن تلك العلاقة لا تنطبق على مشاهدة محتوى جميع

---

(١) عبداللطيف ذيبان العوفى ، "التليفزيون السعودى وإدراك الإتجاهات الإجتماعية وفق نظرية الغرس الثقافى" ، مجلة بحوث الإتصال ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، العدد الثامن ، ديسمبر ١٩٩٢ ، ص٦٢ .

مـواد أو برامـج التليفزيـون فـى عمومهـا ، ولكنهـا قـد تحدث نتيجة مشاهدة برامج محددة[1] .

٣ - أن المادة المقدمة من خلال التليفزيون ، من الممكن أن تتعرض إلى القلب والتزييف من قبل المشاهدين ، كمـا أن استجابات المشـاهدين قـد تكـون متحـيزة ، وبالتـالى تصبح الأسس التى تبنى عليها مفاهيم أبعاد العلاقة بيـن المشاهدة والتأثر طبقاً لمنظور الغرس الثقـافى مفاهيمـاً وأبعاداً غير دقيقة[2] .

ورغـم تلـك الانتقـادات وغيرهـا ، ورغـم أن نظريـة الغـرس الثقـافى قـامت علـى فـروض أبحـاث خاصـة بانتشـار الجريمة والعنف فـى علاقتها بالمشـاهدة الكثيفـة للتليفزيـون ، تبقى هذه النظرية فى حاجـة إلـى اختبـار فروضهـا فـى إطـار متغيرات أخرى غير العنف والجريمة (مع تثبيت متغير كثافـة المشاهدة) .

(١) Rubin, Alan M, et al; A methodological Examination of Cultivation, in : Communication Research, Vol.15, No.2, April 1988, P.107.

(٢) Rubin, Alan M, et al; Op. Cit, P.108.

فعلى سبيل المثال ، هناك الكثير من الأمور التى يمكن أن تدرس من خلال فروض الغرس الثقافى فى عالمنا المعاصر[1] مثل :

تأثيرات التبادل الثقافى وإلى أى مدى يشكل غزواً بتغيير الثقافات أو تهديدها ، وكذلك التطورات التى ساهمت أكثر فى دعم دور التليفزيون فى مجالات التأثير مثل الأقمار الصناعية وتأثيرها على الثقافات الفرعية داخل المجتمع الواحد ، وتأثيرات هذا الدور فى تماسك المجتمع أو تهديد هذا التماسك بتأثير مستويات التعرض التى تفرق بين الأفراد على أساس درجة التعرض بما يخلق الإتجاه السائد بين الجماعات أو الفئات على أساس درجات التعرض وليس الخصائص المشتركة .

بجانب اختبار فروض هذه النظرية فى مجال انتشار الأفكار والمعانى الغريبة عن المجتمع ، التى تنتشر عبر التكنولوجيا المتقدمة فى وسائل الإعلام ، وتدعيم التغيير الثقافى لصالح ثقافات خارجية أخرى ، والتى يمكن الكشف عنها فى نماذج

---

(١) محمد عبدالحميد ، "نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير" ، مرجع سابق ، ص٢٢٦-٢٧٣ .

سلوكية عديدة يتصدرها السلوك اللفظى وبصفة خاصة فى المراحل العمرية المبكرة .

(٤) نظرية تحديد الأولويات : Agenda - Setting Theory

الفكرة الأساسية فى هذه النظرية ، أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التى تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية (أو الصحافة بشكل عام ، أى التى تتضمن الصحف والإذاعة والتليفزيون) الموضوعات فى أثناء حملة انتخابية ، وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار[(١)] .

وبالأعم فمن المفترض أن هناك علاقة إيجابية بين ترتيب أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات إهتمامات الجمهور .

فمدى إهتمام الصحيفة بقضايا معينة وإبرازها والتركيز عليها شكلاً ومضموناً تتوقع الصحيفة أن تكون تلك القضايا فى مقدمة إهتمامات الجمهور نتيجة لقراءته الصحيفة ، وهكذا بالنسبة لباقى وسائل الإعلام .

---

(١) ملفين ديفلير ، "نظريات وسائل الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٣٦٥ .

وبحوث الأجندة بشكل عام تقوم ببحث العلاقة الارتباطية بين الترتيب الناتج لمفردات المحتوى من خلال التحليل ، والترتيب الذى يقدمه الجمهور من وجهة نظره من خلال الإجراءات المنهجية للمسح ، وبناء على نتائج هذه العلاقة التى تأكدت إيجابيتها فى معظم الدراسات تقريباً ، انتهى الرأى إلى تأثير وسائل الإعلام على بناء أجندة الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة[1] .

إلا أن العلاقة بين أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات الجمهور ، هذه العلاقة ليست منعزلة عن الواقع الإجتماعى ، ولا عن المتغيرات الأخرى ، وهذه المتغيرات تؤثر على الوضع النهائى للأجندة سواء للوسيلة أم للجمهور .
ومن المتغيرات الهامة فى هذا المجال ، درجة تجانس المجتمع وعلاقته بتفضيل وسيلة معينة من وسائل الإتصال أو شكل من أشكاله ، أيضاً الخبرة المشتركة بالقضايا المطروحة بين الوسيلة والجمهور .

---

(١) محمد عبدالحميد ، "نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير" ، مرجع سابق ، ص١٧٧ .

وقد حدد ماكوم Mc Combs العوامل التى تؤثر فى وضع الأجندة سواء على مستوى الفرد أم على مستوى وسائل الإتصال(١) :

فعلى مستوى الفرد : هناك حاجة الفرد إلى التوجه السياسى ، التكيف مع الظروف المحيطة ، معدل المناقشات الشخصية ، مستوى التعرض لوسائل الإتصال ، ثم إتجاهات اتلفرد المسبقة .

وعلى مستوى وسائل الإتصال : هناك طبيعة النظام السياسى ، طبيعة القضايا المطروحة ، مستوى تغطية وسائل الإتصال ، ثم نوع هذه الوسائل .

هذه المتغيرات ، ولاشك ، تؤثر على شروط وضع الأجندة والتى من أهمها : قيام وسائل الإتصال بعمليات انتقاء واختيار مستمر للمضمون الذى تقدمه - أيضاً حاجات ورغبات الجمهور ، والتى تلعب دوراً واضحاً فى وضع الأجندة .

(١) Philip Palmgreen, Peter Clarke; Agenda Setting with Local and National Issues, Communication Research, Vol.4, No.4 Oct.1977, P.435.

وبالنسبة لعامل نوع الوسيلة ، فإن معظم البحوث التى أجريت فى إطار نظرية الأجندة ، أيدت تفوق الصحافة على التليفزيون فى وضع الأجندة .

أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الأجندة :

فى حين يرى "ملفين ديفلـير" أن دراسة "إعداد جدول الأعمال" أصبحت الآن من الأبحاث التقليدية المستقرة ، وأن نتائجها يمكن بحثها من جميع النواحى وأن أهميتها تظهر أكثر فى العملية الديمقراطية الشاملة ، يرى آخرون أن هذه النظرية يكتنفها الكثير من الإشكاليات .

لعل أهم هذه الإشكاليات ما يـراه "دينيس مـاكويل" مـن أن هذه النظرية لها حدود وإتصال مـن زوايا عديـدة بمداخل أخرى ليست واضحة بما فيه الكفاية مثل نظرية الاستخدامات والإشباعات ، ونموذج انتشار المعلومـات ، وبالتـالى عـدم كفايتها كنظرية ومرشد فى البحث ، ولهذا فإنه ربما يكون من

الأفضـل أن تعمـل فـي إطـار نظريـة التعلـم والتنشـئة الإجتماعية[1] .

- كما تواجه هذه النظرية أيضاً بمشكلة "السببية" ، بمعنى هل وسائل الإعـلام هـى السـبب فـى ترتيـب أجنـدة الجمهور ، أم أن أدراك وسائل الإعلام لأولويات أجندة الجمهور هو السبب فى وضع أجندة وسائل الإعلام ... ويحتاج حل هذه الإشكالية إجراء العديد مـن الدراسـات التى تعتمد على أكثر من فترة زمنية ، حتى يمكن تتبـع إتجاه السببية .
- ومن أسباب التحيز فى دراسات وضع الأجندة ، أن الموضوعات الخاضعة للدراسـة قد تحظـى بكثير من الأهمية من جانب الجمهور لأسباب أخرى ، علـى سبيل المثال فإن التغطية الإعلامية لمرشح معين تتـأثر إلى حد كبير بالتغطيـة الإعلاميـة للحملـة ككل ، ومن الصعب فصـل التغطيـة الخاصـة بمرشـح معيـن ، وقضيـة معينـة ، والأكثر من ذلك أن الجماهير قـد

---

(1) محمد عبدالحميد ، "نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير" ، مرجع سابق ، ص٢٨٦ .

تكون لها موضوعات ذات أهمية كبيرة على الرغم من أنها لا تحظى بإهتمام وسائل الإعلام[1] .

هذه الإشكاليات وغيرها ، أدت إلى اجتهاد كثير من العلماء فى وضع العديد من التفسيرات لنظرية وضع الأجندة ، والتى نتج عنها عدد من النماذج الجديدة ، منها نموذج توماس باورز Thomas A. Bowers والذى نادى بدراسة وضع الأجندة فى ظروف غير انتخابية ، وأيضاً نموذج الحاجة إلى التوجه السياسى الذى وضعه ماكوم Mc Combs وويفر Weaver عام ١٩٧٣ ، والذى يركز على حاجة الفرد إلى التوجه السياسى وعلاقتها بالتعرض للمضمون السياسى لوسائل الإتصال ، وأيضاً نموذج فعالية وسائل الإتصال الذى وضعه نولينيومان Noellenuman وقام من خلاله بتحليل ثلاثة سمات تتصف بها وسائل الإتصال ويمكن تصنيفها ضمن مفهوم وضع الأجندة وهى : الوجود المستمر

(١) بسيونى إبراهيم حمادة ، "وسائل الإعلام والسياسة" ، مرجع سابق ، ص٣٦ .

لوسائل الإتصال ، تناغم أو انسجام الرسائل التى تقدمها ، ثم خاصية التراكم(١) .

(٥) نظرية الإعتماد على وسائل الإتصال :

Dependency Theory

من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإتصال ، تفسير لماذا يكون لوسائل الإتصال الجماهيرية أحياناً تأثيرات قوية مباشرة وأحياناً أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما .

وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الإجتماعى الذى نعيش بداخله نحن ووسائل الإتصال ، والطريقة التى نستخدم بها وسائل الإتصال ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع ، ويشمل هذا أيضاً ما تعلمناه من وسائل الإتصال ، كما أننا نتأثر كذلك بما سيحدث فى اللحظة التى نتعامل فيها مع وسائل الإتصال .

---

(١) يمكن الرجوع إلى مرجع :
بسيونى إبراهيم حمادة ، المرجع السابق ، حيث عرض لكثير من تلك النماذج بشئ من التفصيل .

لذلك فإن أى رسالة نتلقاها من وسائل الإتصال قد يكون لها نتائج مختلفة ، اعتماداً على خبراتنا السابقة عن الموضوع ، وكذلك تأثيرات الظروف الإجتماعية المحيطة[1] .

ويمكن تلخيص تلك النظرية على النحو التالى[2] :

أن قدرة وسائل الإتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفى والعاطفى والسلوكى ، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف ، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته فى حالة تواجد عدم استقرار بنائى فى المجتمع بسبب الصراع والتغيير .

وبالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الإتصال ، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الإتصال والجمهور والمجتمع .

---

(١) Fredrick Williams; The New Communication (California : Wadsworth Publishing), 1984, P.281.

(٢) بسيونى إبراهيم حمادة ، "وسائل الإعلام والسياسة" ، مرجع سابق ، ص٢٥٠ .

ومجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية تنحصر فى :

١ - التأثيرات المعرفية : Cognitive Effects

مثل إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث ، وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث ، وأيضاً التأثير فى أدراك الجمهور للأهمية النسبية التى تمنحها لبعض القضايا ، أيضاً من التأثيرات المعرفية تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات .

٢ - التأثيرات الوجدانية : Affective Effects

والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس ، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف ، وأيضاً التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع .

٣ - التأثيرات السلوكية : Behavioral Effects

والمتمثلة فى الحركة أو الفعل ، الذى يظهر فى سلوك علنى ، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية ، ومترتبة عليهما .

ويفترض "ملفين ديفلير وساندرا روكتيش" أن هناك مصدرين أساسيين للتغيير فى طبيعة علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام ، أحدهما الصراع ، والآخر التكيف .

فنظام وسائل الإتصال - كغيره من الأنظمة - يبحث عن فرص لزيادة السيطرة على مصادره إلى أقصى حد ، وتقليل تبعيتها إلى أدنى حد ، أى خلق علاقات عدم تماثل تكون فيها أكثر قوة .

وبطبيعة الحال تحاول النظم الأخرى عمل نفس الشئ ، بتقليل اعتمادها على مصادر وسائل الإتصال ، وزيادة اعتماد وسائل الإتصال على مصادرها .

هذا بالنسبة للصراع ، أما بالنسبة للتكيف ، فإن النظم الإجتماعية لا تبقى كما هى ، بل تتطور دائماً إلى أشكال أكثر تعقيداً ، وعلى ذلك فإن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإتصال وأجزاء أخرى من الكيان الإجتماعى يجب أن تمر بتغيير من أجل أن تبقى المجتمعات فى بيئات متغيرة ، ويكون هذا التغيير المتكيف بطيئاً فى العادة ، وغالباً ما يكون غير

مخطط ، ومن ثم فإنه من الصعب إدراكه فى الوقت الذى يقع فيه[1] .

وتعتبر تلك النظرية نظرية شاملة ، حيث تقدم نظرة كلية للعلاقة بين الإتصال والرأى العام ، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الإتصال لها تأثير كبير على المجتمع ، وأهم ما أضافته النظرية أن المجتمع يؤثر فى وسائل الإتصال ، فالنظرية تعكس الميل العلمى السائد فى العلوم الإجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج[2] .

---

(1) ملفين ديفلير وساندرا روكيتش ، "نظريات وسائل الإعلام" ، مرجع سابق ، ص٤٣٦-٤٣٧ .

(2) بسيونى إبراهيم حمادة ، "وسائل الإعلام والسياسة" ، مرجع سابق ، ص٢٥٧ .

(٦) نظرية الفجوة المعرفية : Knowledge Gap Theory

تقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الأفراد والجماعات فى المعرفة وأثر التعرض لوسائل الإتصال الجماهيرية فى زيادة هذا التباين أو خلق هذا التباين .

وقد بدأ تعريف الفجوة المعرفية من خلال الفرض الذى وضعه تيتسنيور وزملاؤه (P.J. Tichenor, et al) ويرون فيه "أنه مع تزايد انسياب المعلومات فى النظام الإجتماعى من خلال وسائل الإتصال ، تحدث الفجوة فى المعلومات بين الفئات ذات المستوى الإجتماعى والاقتصادى الأعلى ، والتى تميل إلى اكتساب المعلومات أكثر ، وبين الفئات ذات المستوى الأقل[١] .

وهكذا تصنف النظرية أفراد المجتمع إلى مستويات إجتماعية اقتصادية بناء على مستوى تعليم الفرد ،

---

(١) محمد عبدالحميد ، "نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير" ، مرجع سابق ، ص٢٩٦ ، نقلاً عن :
Tichenor P.J, et al, Mass Media Flow and Differntial Grawth in Knowldge, 1970.

ويعتبر المستوى الإجتماعى الاقتصادى متغير أساسى فى النظرية .

بالإضافة إلى ذلك ، يرى "تيتشينور" وزملاؤه أن هناك خمسة أسباب لإمكانية حدوث الفجوة المعرفية هى[1] :

١ - تباين المهارات الإتصالية بين الطبقات ، فغالباً ما يكون هناك تباين فى التعليم ، والتعليم يعد الفرد للعمليات المعرفية الأساسية مثل القراءة والحديث والتذكر .

٢ - تباين قدر المعلومات المختزنة أو ما يسمى بالخلفية المعرفية السابقة ، والطبقات الأعلى ربما تكون قد اكتسبت المعرفة حول موضوعات ما خلال مراحل التعليم أو التعرض السابق لوسائل الإتصال .

٣ - أهمية التواصل الإجتماعى لدى الطبقات الأعلى ، وبالتالى نجدهم يشاركون غيرهم ممن يتعرضون إلى موضوعات الشئون العامة أو الأخبار العلمية ، ويدخلون فى مناقشات مع الغير حول هذه الموضوعات .

---

(١) محمد عبدالحميد ، المرجع السابق ، ص٢٩٧-٢٩٨ .

٤ – تأثير آلية التعرض الانتقائى ، وكذلك الإهتمام والتذكر فقد لا يوجد فعلاً لدى الطبقات الأقل معلومات حول الشئون العامة والأخبار العلمية تتفق مع قيمهم وإتجاهاتهم ، وربما لا يهتمون فعلاً بمعلومات معينة .

٥ – طبيعة نظام وسائل الإتصال نفسه ، والذى نلاحظ إتجاهه أكثر إلى الطبقات الأعلى ، كما أن الكثير من الموضوعات الشئون العامة والعلوم تظهر فى الوسائل المطبوعة ، وهذه تناسب إهتمامات وتعرض الطبقات الأعلى .

ويمكن قياس فجوة المعرفة بطريقتين : الأولى فى لحظة زمنية محددة ، والثانية خلال فترة زمنية ممتدة ، وقد وجد تيتشنر وزملاؤه أنه فى كلتا الحالتين فإن الاختلافات فى مستويات المعرفة توازى الاختلافات فى مستويات التعليم ، وقد وجد باحثون آخرون أن هناك عوامل أخرى ترتبط بفجوة المعرفة ، مثل الأمية والوظيفة والمستوى الاقتصادى[1] .

---

(١) فرج الكامل ، "تأثير وسائل الإتصال – الأسس النفسية والإجتماعية" ، مرجع سابق ، ٨٦ .



خاتمة

وبعد .. فقد تناولنا فـى هـذا الكتـاب موضوعـات شـتى متكاملة فى إطار موضوع محدد هو "علم الإتصـال" ، ضمهـا ستة من الفصول ، الأول يتعلق بمفهوم الإتصال وحاولنـا فيـه أن نبيـن أهميـة الإتصـال وأنـه قد أصبـح علمـاً لـه قواعـده ونظرياته ، وألقينا الضوء على مفهـوم الإتصـال البيولوجـى ، وأيضاً العلاقة بين الإتصال والتواصل .

وفـى الفصـل الثـانى الخـاص بتعريـف الإتصـال ، أوضحنا لماذا تعددت تعريفات الإتصال ، عارضين لأهم تلـك التعريفات كسبيل لوضـع تعريـف محدد للإتصـال ينظـر إليـه باعتباره عملية ديناميكية تحدث فى إطار مضامين إجتماعية ، ولابد أن يكون له رد فعل سواء عاجل أم آجل .

وجـاء الفصـل الثـالث والخـاص بالعمليـة الإتصاليـة ، ليتنـاول الأشـكال المختلفـة للإتصـال ، وليفـرق بيـن أهـداف ووظائف الإتصال والذى يحدث بينهما خلط كثير .

وفى الفصل الرابع عرضنا تفصيلياً لعناصر العملية الإتصالية الخمسة ، وما يحدث بينها من تفاعل ، مؤكدين أن لكل عنصر أهميته داخل العملية الإتصالية ، وهنا نشير إلى أن دراسات الإتصال فى مصر والعالم العربى تهمل عناصر من هذه العملية مثل القائم بالإتصال ورجع الصدى ، وتركز على عناصر أخرى أهمها الرسالة والوسيلة ، وأنه قد حان الوقت ليحدث نوعاً من التوازن فى دراسة عناصر الإتصال وأن نستخدم لدراسة كل عنصر المنهج البحثى الملاءم لدراسته ، وهذا يستلزم منا إقتحام مناهج بحثية يندر استخدامها فى بحوث الإتصال أهمها المنهج التجريبى .

ثم جاء الفصل الخامس ليلقى الضوء على نشأة وتطور وسائل الإتصال الجماهيرية وهى الكتاب ، الصحيفة ، المجلة ، الراديو ، التليفزيون ، السينما ، المسرح ، وما يميز كل وسيلة من تلك الوسائل فى ضوء الإمكانيات المتاحة لها .

وجاءت نماذج الإتصال فى الفصل السادس ، حيث عرضنا لبعض من تلك النماذج ، بعد أن عرضنا لتعريفات النموذج ووظائفه وأنواعه .

وكان الفصل السابع الخاص بنظريات التأثير هو الفصل الأخير والذى أوضحنا فيه الفرق بين النظرية والنموذج ، والتأثير ورجع الصدى ، ثم استعرضنا التطور التاريخى لمداخل دراسة تأثير الإتصال ، قبل أن نعرض لنماذج من نظريات تأثير وسائل الإتصال .

أرجو أن نكون قد وفقنا ، فإن أصبنا فبتوفيق من الله ، وإن أخطأنا فى شئ فمنا ، وحسبنا أننا قد إجتهدنا .

المراجع

أولاً : المراجع العربية :

(١) إبتسام أبوالفتوح الجندى ، "الإتصال غير اللفظى" ، القاهرة : الهيئة العامة للإستعلامات ، مجلة النيل ، العدد ٤٧ ، ١٩٩١ .

(٢) إبراهيم إمام ، "الإعلام والإتصال بالجماهير" ، القاهرة : الأنجلو المصرية ، ١٩٦٩ .

(٣) أحمد بدر ، "الإتصال بالجماهير والدعاية الدولية" ، الكويت : دار القلم ، ١٩٧٥ .

(٤) ـــــــ ، "الإتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية" ، الكويت : وكالة المطبوعات ، ١٩٨٢ .

(٥) اسكندر الديك ومحمد مصطفى الأسعد ، "دور الإتصال والإعلام فى التنمية الشاملة" ، بيروت : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، ١٩٩٣ .

(٦) أشرف صالح ، "تصميم المطبوعات الإعلامية" ، القاهرة : الطباعى العربى للطبع والنشر والتوزيع ، ١٩٨٦ .

(٧) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، "المعجم العربى الأساسي" ، تونس : ١٩٨٩ .

(٨) اليونسكو ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع (الجزائر) ، "أصوات متعددة وعالم واحد" ، ١٩٨١ .

(٩) بسيونى إبراهيم حمادة ، "وسائل الإعلام والسياسة – دراسة فى ترتيب الأولويات" ، القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٩٦ .

(١٠) بروخوف أ.ب. ، "الصحافة الإشتراكية" ، ترجمة ، أديب خضور ، بيروت : دار ابن خلدون ، ١٩٨٦ .

(١١) تونى شوارتز ، "وسائل الإعلام الرب الثانى" ، الهيئة العامة للإستعلامات ، ١٩٨٩ .

(١٢) جيهان رشتى ، "الإعلام ونظرياته فى العصر الحديث" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧١ .

(١٣) ـــــــــ ، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٧ .

(١٤) جورج أم غازدا وآخرون ، "نظريات التعلم – دراسة مقارنة" ، ترجمة : على حسين حجاج ، الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، الجزء الثانى ، العدد ١٠٨ ، ديسمبر ١٩٨٦ .

(١٥) جون آر بيتنر ، "مقدمة في الإتصال الجماهيري" ، ط٢ ، ترجمة : عمر الخطيب ، بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، ١٩٨٧ .

(١٦) حسن الشامي ، "وسائل الإتصال وتكنولوجيا العصر" ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩٢ .

(١٧) حسن عماد مكاوى ، "تحليل الإنماء – مفهومه ومنهجه وتطبيقاته وقضاياه الحالية" ، القاهرة : كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، مجلة بحوث الإتصال ، (العدد العاشر) ، ديسمبر ١٩٩٣ .

(١٨) حمدى حسن ، "الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩١ .

(١٩) خليل صابات ، "وسائل الإعلام نشأتها وتطورها" ، القاهرة : الأنجلو المصرية ، ١٩٧٦ .

(٢٠) سليمان درويش عامر ، "نظرات فى الإعلام" ، القاهرة : دار الهدى للطباعة ، ١٩٨٨ .

(٢١) سمير محمد حسين ، "الإعلام والإتصال بالجماهير والرأى العام" ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٤ .

(٢٢) سيد بهنسى ، "الإتصال بالجماهير" ، القاهرة : دار أبوالمجد للطباعة ، ١٩٩٢ .

(٢٣) شـاهيناز طلعـت ، "وسـائل الإعـلام والتنميـة الإجتماعيـة" ، ط٣ ، القـاهرة : الأنجلـو المصريـة ، ١٩٩٥ .

(٢٤) عبداللطيـف زيـدان العوفـى ، "التليفزيـون السـعودى وإدراك الإتجاهـات الإجتماعيـة وفـق نظريـة الغـرس الثقافى" ، كلية الإعلام ، مجلة بحوث الإتصال ، العـدد الثامن ، ديسمبر ١٩٩٢ .

(٢٥) عبدالمجيـد شـكرى ، "المسـرح كوسـيلة إتصـال جمـاهيرى" ، القـاهرة : العربـى للنشـر والتوزيـع ، ١٩٩٣ .

(٢٦) طلعت منصـور ، "سيكولوجية الإتصـال" ، الكويـت : مجلة عالم الفكر ، (المجلد الحادى عشر) ، ١٩٨٠ .

(٢٧) علـى الراعـى ، "المسـرح فـى الوطـن العربـى" ، الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، (يناير ١٩٨٠) .

(٢٨) علية حسين ، "الإعلام والتنمية" ، الكويت : مجلة عـالم الفكر (المجلد السابع عشـر - العـدد الثـالث) ، أكتوبـر ١٩٨٦ .

(٢٩) فـاروق أبـو زيـد ، "التحديـات الإعلاميـة العربيـة - مقارنـة بيـن عقدى الخمسـينيات والثمانينيـات" ، مجلـة المستقبل العربى ، العدد ١٢٨ ، ١٩٨٩ .

(٣٠) فتح الباب عبدالحليم وإبراهيم حفظ اللّه ، "وسائل التعليم والإعلام" ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٥ .

(٣١) فرج الكامل ، "تأثير وسائل الإتصال ، الأسس النفسية والإجتماعية" ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٥ .

(٣٢) فوزية فهيم ، "التليفزيون فن" ، القاهرة : دار المعارف ، ١٩٨٧ .

(٣٣) كرم شلبى ، "معجم المصطلحات الإعلامية" ، القاهرة : دار الشروق ، ١٩٨٧ .

(٣٤) محمد سلامة غبارى والسيد عبدالحميد عطية ، "الإتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق" ، الإسكندرية : المكتب الجامعى الحديث ، ١٩٩١ .

(٣٥) محمد سيد خليل ، "تنمية مهارات التواصل فى الإنسان" ، القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات ، مجلة النيل ، العدد ٤٧ ، ١٩٩١ .

(٣٦) محمد سيد محمد ، "المسئولية الإعلامية فى الإسلام" ، القاهرة : مكتبة الخانجى ، ١٩٨٣ .

(٣٧) محمد عبدالحميد ، "الإتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى" ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٣ .

(٣٨) ــــــــــــ ، "نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير" ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧ .

(٣٩) محمود أحمد مزيد ، "أثر الإعلانات التليفزيونية فى إكساب طفل ما قبل المدرسة بعض المهارات الإجتماعية" ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، ١٩٩٨ .

(٤٠) محمود عبدالرؤوف كامل ، "مقدمة فى علم الإعلام والإتصال بالناس" ، القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٩٥ .

(٤١) مليفين ديفلير وساندرا روكيتش ، "نظريات وسائل الإعلام" ، ترجمة : كمال عبدالرؤوف ، القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٥ .

(٤٢) يوسف مرزوق ، "مدخل إلى علم الإتصال" ، القاهرة : الأنجلو المصرية ، ١٩٨٦ .

ثانياً : المراجع الأجنبية :

(1) Bandura, Albert; "Social Learning Theory", (N.J : Printice Hillinc), 1977.

(2) Baran Stanley J. and Denis Davis; "Mass Communication Foundations - Ferment and Future", Wadsworth Publishing Co., California, 1995.

(3) Blumler Jay G, and Elihu Katz; "The Uses of Mass Communication - Populartaste and Organized Social Action", in : Schramm and Roberts, 1977.

(4) Denis McQuail , and Seven Windahl; "Communication Models", N.Y., Longman, 1981.

(5) Edwin Emery and Agee; "Introduction to Mess Communication", N.Y., 1965.

(6) Fredrick Williams; "The New Comunication", California : Wadsworth Publishing, 1984.

(7) Joseph T. Klabber; "The Effect of Mass Communication", (Glencoe Illinois The Freepress), 1963.

(8) Krech P, and Krech F; "Individual in Socity : Atext Book of Social Psychology", N.Y., Hill Root Co., 1962.

(9) Nafzigre, Ralph and White David M; "Introduction of Mass Communication Research", Lousiana State University Press, 1983.

(10) Philip Palmgreen and Peter Larke; "Agenda Setting with Local and National Issues", Communication Research, Vol.4, No.4, Oct. 1977.

(11) Rubin Alan M, et al; "Amethodological Examination of Culture", Communication Research, Vol.15, No.2 April 1988.

(12) Schramm W; "Communication Research in the United States", The Scince of Human Communication, N.Y., 1963.

(13) **Tichenor P.J., et al; Mass Media Flow and Differntial Grawth in Knowledge, 1970.**

(14) Timo, S, Sulivan et al; "Key Concepts in Communication", (London Methuen E. Co.), 1983.

وسائل الإتصال تحيط بنا فى كل مكان .. وتلاحقنا فى كل وقت ، تؤثر فينا ، ونؤثر فيها .

أكتب عن وسيلة من تلك الوسائل وأهميتها لك شخصياً ومدى تأثيرها فيك ، مسترشداً بما درسته فى هذا الكتاب من مفاهيم وقضايا علمية .

الاسم : ....

الفرقة : ....